

Deloitte.



Universidad
de Navarra

El Impacto Social de la Universidad Navarra: Valoración en términos de contribución socioeconómica

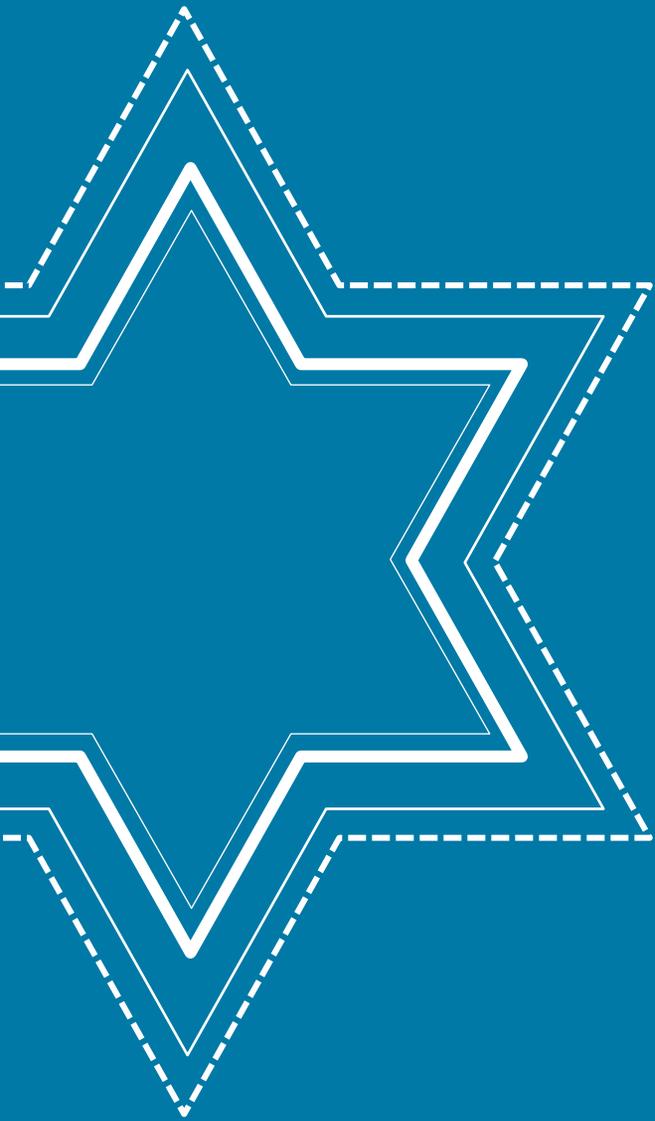
29 de Julio de 2016

Consultoría | Thinking people



Índice

Introducción	3
Selección de mensajes principales	14
Anexos	5
UNAV	8
CUN	10
CIMA	12
MUN	12



Introducción

Introducción

Objetivo del documento

El presente documento recoge una **propuesta de selección de los principales mensajes** de contribución asociada a los centros de la Universidad de Navarra radicados en Pamplona.

A partir del análisis realizado para cada uno de los cuatro centros objeto de análisis (UNAV, CUN, CIMA y MUN) se ha realizado una pre-selección de los indicadores que consideramos que reflejan mejor la aportación a cada uno de los capitales que conforman el modelo. En este sentido, se han identificado dos tipos de indicadores:

- **Indicadores comunes** a varios modelos que se presentan de manera agregada en la pre-selección de mensajes, siempre que los datos disponibles permitan su agregación atendiendo al alcance temporal.
- **Indicadores específicos**, propios de alguno de los modelos, que son necesarios para poner en valor la contribución a diferentes ámbitos que, de otro modo, no se podrían evaluar (i.e. Salud y bienestar de las personas se cualifica necesariamente gracias a la actividad de la CUN).

Los anexos de este informe contienen para cada centro analizado el detalle de los indicadores que ha sido posible valorar a partir de la información recabada. Con el fin de facilitar a la Universidad de Navarra la identificación de otros mensajes que pueden ser interesantes para la comunicación, se han identificado con el símbolo  aquellos que han sido seleccionados para la primera propuesta de principales mensajes.

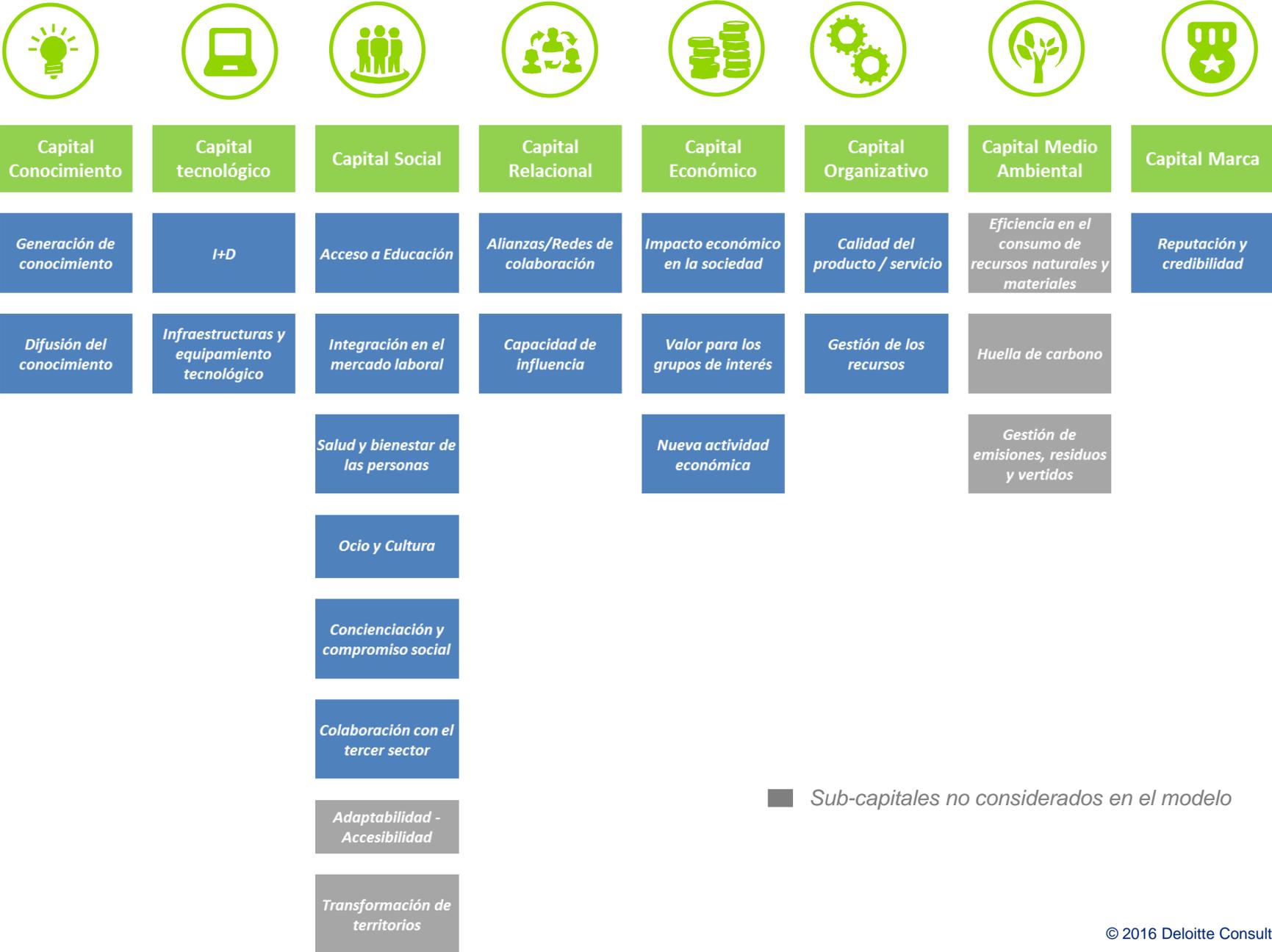
En este contexto, el presente documento tiene como objetivo:

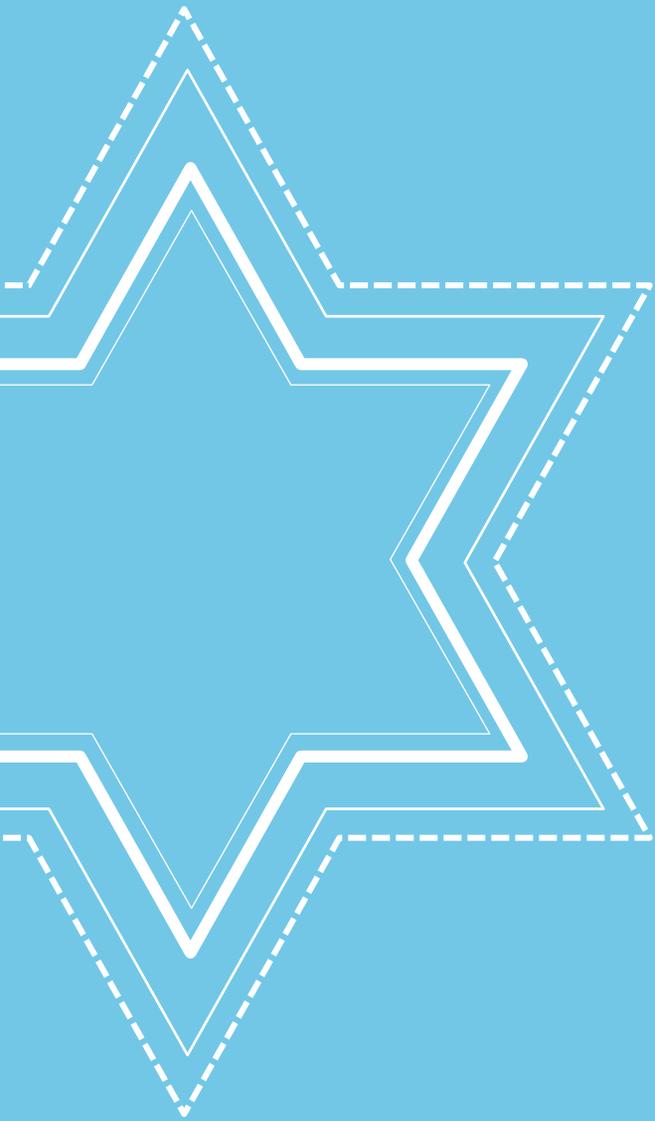


Ser un instrumento de apoyo para la selección de los mensajes principales a comunicar, con el fin de poner en valor la aportación de los centros de la Universidad de Navarra a la región.

Introducción

Global Impact Model: Centros de UNAV radicados en Pamplona





Selección de mensajes principales



Capital Conocimiento

Principales resultados

Los centros de la UNAV contribuyen a generar y difundir nuevo conocimiento mediante actividades de investigación impulsadas en los diversos campos en los que son especialistas

Generación de conocimiento

- 1.339** **Publicaciones científicas** en el año 2014 (UNAV+CUN+CIMA)
 - 78%** corresponden al Área de Ciencias de la Salud, Experimentales y Técnicas
 - 50%** **Publicaciones** del Área de Ciencias de la Salud, Experimentales y Técnicas publicadas en el **primer cuartil**
- 53%** de la plantilla docente (680), médica (270) e investigadora (305) de la **universidad, CUN y CIMA** respectivamente **son doctores**, lo que pone de manifiesto la inversión en talento
- 171** **Tesis doctorales*** defendidas en el curso 2014/15 (UNAV+CUN+CIMA)

Difusión de conocimiento

- 227** **Congresos, conferencias y seminarios especialistas** en el curso 2014/15 (UNAV+CUN+CIMA)
- 1.957** **Participaciones** en congresos (UNAV+CUN+CIMA), mediante ponencias de profesionales de la UNAV y/o envío de comunicaciones
- 753** **Millones de audiencia total alcanzada** en las comunicaciones a través de **medios propios y ajenos** de la CUN

* El indicador de tesis contempla 31 tesis de CUN y 22 de facultad de Medicina. Verificar si existe duplicidad



Capital Tecnológico

Principales resultados

Los centros de la UNAV radicados en Pamplona contribuyen al desarrollo tecnológico orientado a la transferencia de conocimiento a empresas, en etapas más avanzadas de la investigación

Inversión en I+D+i

- 47,7 **Millones de euros** de presupuesto asociado a los proyectos de investigación vigentes en 2015 (360 proyectos)
- 96% **de la financiación total captada en 2015 procedente** de fondos no regionales, es decir, de **fuera de Navarra**, lo que pone de manifiesto su capacidad para atraer riqueza a la región
 - 36% de la financiación procede de fondos europeos
 - 43% de la financiación procede de fondos nacionales
- 17,5 **Millones de euros** de inversión realizadas por la CUN en **equipamientos de asistencia sanitaria** entre 2011 y 2015

Valorización de la I+D+i

- 42 **Patentes en cartera (UN+CIMA)**
- 88 **Invencciones** que han sido objeto de **protección industrial** por **patentes** en CIMA
- 106 **Contratos de I+D con empresas** en el curso 2014/15 de UNAV, incluyendo los contratos de la DDUNAV, por un valor de **5,8 Millones de euros**



Capital Social

Principales resultados

La UNAV genera impacto en la sociedad fruto de su actividad tanto en el ámbito educativo como sanitario y de su involucración en actividades de voluntariado y apoyo al tercer sector

Acceso a la educación

46 **grados simples, dobles y bilingües ofertados** en 2014/15, un 21% adicional respecto a 2013/14

8.585 **Alumnos matriculados** en el curso 2014/15

8,1 **Millones de euros** destinado a **becas** en el curso 2014/15 (**3% superior al curso anterior**), que han beneficiado a **1.558 estudiantes**.

Inserción laboral

66% de los **egresados** en los años **2013, 2014 y 2015** se encuentran trabajando a día de hoy. El **89%** de ellos trabaja en temas **relacionados con sus estudios universitarios**

Voluntariado y apoyo al tercer sector

1.526 **Voluntarios** en el curso **2014/15**, un **43% superior** que en el curso anterior, que dedican de media ...

>5.000 Horas de voluntariado al mes

90 **Asociaciones navarras** han sido beneficiarias de las actividades de voluntariado impulsadas por UNAV en el curso **2014/15**, un **20% adicional** respecto al curso anterior



Capital Social

Principales resultados

La UNAV genera impacto en la sociedad fruto de su actividad tanto en el ámbito educativo como sanitario y de su involucración en actividades de voluntariado y apoyo al tercer sector

Salud y bienestar

>61.200 **Pacientes** atendidos en la CUN en el año 2014/15

48% **de los pacientes** atendidos en la CUN **son navarros**

>15 **Millones de beneficiarios potenciales en España** de los resultados alcanzados en los ensayos clínicos impulsados directamente por la CUN

Promoción y acceso a la cultura

89.541 **Visitantes** al Museo Universidad de Navarra



Capital Relacional

Principales resultados

Los centros de la UNAV radicados en Pamplona contribuyen a crear y fortalecer redes de colaboración con agentes empresariales y de conocimiento que son clave para la promoción y desarrollo de su actividad

Alianzas y redes de colaboración

- 346 **Convenios de colaboración con universidades** de todo el mundo (**14 nuevos convenios** en el curso 2014/15)
 - 16 **Universidades en el top 50** según **Times Higher Education Rankings**
- 244 **Convenios de colaboración con empresas e instituciones** en el curso 2014/15.
 - 90% enfocados a **prácticas e inserción laboral**
- 54 **Acuerdos de colaboración departamentales** establecidos con otros hospitales por la CUN

Capacidad de influencia

- 603 **Personalidades** de reconocido **prestigio** atraídas en el curso 14/15 (UNAV+CUN+MUN)
- 818 **Peticiones de carácter consultivo recibidas de medios** de comunicación solicitando la opinión experta de profesionales de la Universidad y de la CUN en el **curso 2014/15**
- 366 **Visitas de empresas, instituciones y profesionales** interesados en CUN como modelo de referencia en gestión o en técnicas concretas



Capital Económico

Principales resultados

Los centros de la UNAV radicados en Pamplona contribuyen a la generación de riqueza y empleo en la región a través de la promoción de actividades de alto valor añadido y con potencial de atracción de gasto e inversión

Impacto económico en Navarra

- 244,4 Millones de euros de **gasto** se concentra en Navarra
66% del gasto total realizado en el marco de la actividad de los centros de la UNAV radicados en Pamplona
- 304,2 Millones de euros de **contribución al PIB de Navarra**
- 5.448 **empleos mantenidos** en Navarra en el último año, además de la plantilla propia adscrita a los centros de la UNAV (XXXX)
- 61,1 Millones de euros de **ingresos generados para las Administraciones Públicas**

Capacidad de atracción de gasto e inversión

- 70% **de gasto adicional atraído a Navarra** por cada euro realizado en la región por los centros de la UNAV radicados en Pamplona
 - 20 **empresas privadas y centros de investigación atraídos** al clúster biomédico de Navarra, impulsado por CUN, CIMA y las facultades de Ciencias
- > **1.000 profesionales** de alta cualificación trabajan en estas empresas, contribuyendo indirectamente a la generación de empleo de calidad y a la retención del talento



Capital Organizativo

Principales resultados

Los centros de la UNAV se caracterizan por los elevados estándares de calidad que rigen la prestación de servicios en los ámbitos en los que son especialistas: educación, sanidad e investigación

Calidad en la prestación del servicio

- 12,6 **Alumnos por profesor** en el curso 2014/15, frente a los **15,1** alumnos por profesor **en la UE**
- 42 **Pacientes supervisados de media por cada médico** de la CUN, un **24% menos** que el resto de instituciones sanitarias de Navarra (55 pacientes de media).
- 92% **de tasa de rendimiento académico**, 12p.p superior a la media española (**79,8%**)
- 10 **años consecutivos ha mantenido la CUN la acreditación de la Joint Comission International**, que garantiza la alta calidad médica proporcionada por el centro
- 1er **Premio en mejor hospital de atención al paciente** (2009 y 2014) – premios **Best in class**

Nivel de satisfacción

- 94% **de los alumnos recomendaría la Universidad a sus amigos y familiares**
- 8/10 **Satisfacción global** de los alumnos con la universidad
- 4 **Premios Nacionales de Fin de Carrera** en el curso 2014/15
- 71,3 **Puntos del índice de satisfacción NPS**, frente a los 50,2 registrados por la sanidad española
- 98,8% **de los pacientes recomendaría la CUN a sus amigos y familiares**



Capital Organizativo

Principales resultados

En el marco de su actividad la UNAV tiene presente el arraigo al territorio y la vocación de permanencia, en un proyecto de futuro que aspira a crecer y seguir contribuyendo al desarrollo de la región haciendo un uso responsables de los recursos

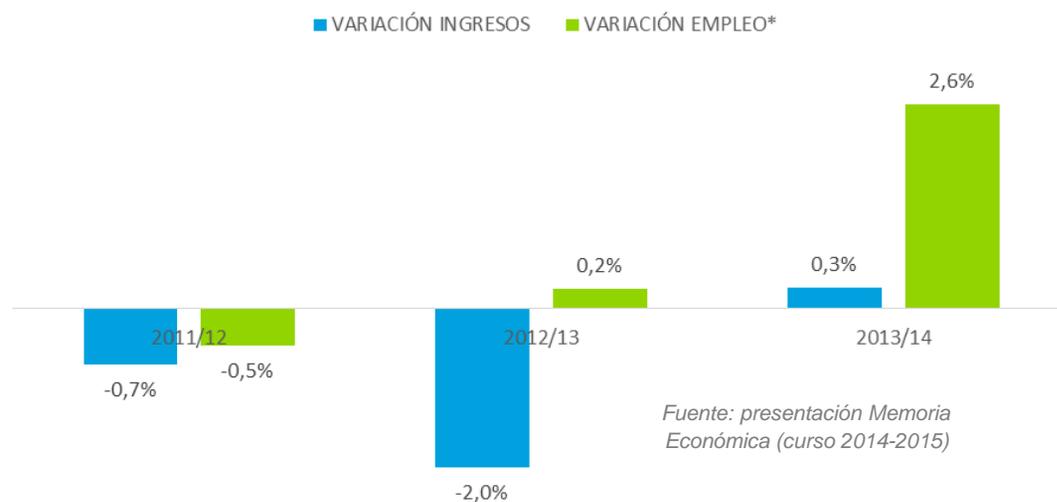
Gestión responsable de los recursos

52,8 M € de **inversiones en inmovilizado material** realizadas por UNAV en el periodo 2011-2014

+4% de **crecimiento** de la **plantilla** de la Universidad de Navarra en el periodo **2011-2015** frente a...

+0,9% de evolución de los **ingresos** de la Universidad de Navarra en ese mismo periodo, ponen de manifiesto el compromiso con su personal y la vocación de permanencia y estabilidad

+2,9% de **evolución en la plantilla** en el periodo 2012/13 – 2014/15 frente a una caída en **facturación** del **-1,7%** en el periodo 2011/12 – 2013/14*





Capital Marca

Principales resultados

Los centros de la UNAV radicados en Pamplona son reconocidos a nivel nacional e internacional por la excelencia en el desempeño de su actividad tanto en el ámbito educativo y cultural como en el ámbito sanitario e investigador

Posicionamiento internacional

12,3% de los **matriculados en grado y máster** son **extranjeros**, 7,4 puntos superior a la media nacional (1.415)

2,3% de los **pacientes de la CUN** son **extranjeros** (1.385)

22 Apariciones de la UNAV en **10 rankings distintos**, el **73%** de ámbito **internacional**

Marca y atributos

75% de los alumnos asocia la **Excelencia Educativa** con la **Universidad de Navarra**
64% la **Apuesta por la Investigación**

63% de los pacientes acuden a la CUN motivados por su **rapidez en la atención**

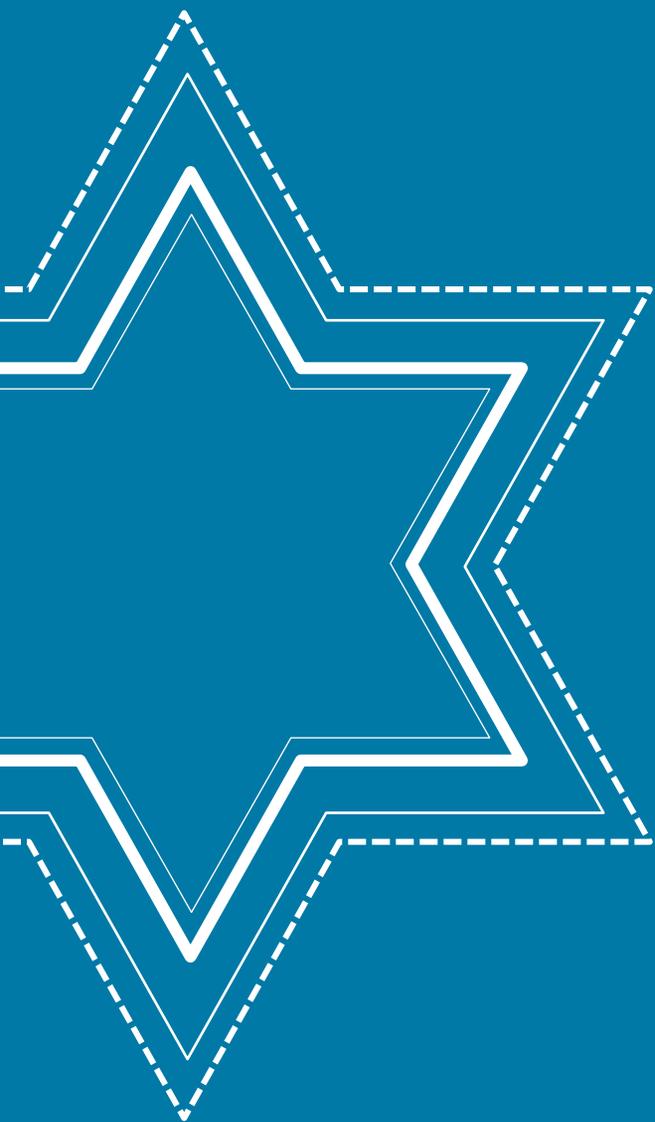
85% de los pacientes acuden a la CUN por su **prestigio y el de su personal médico**

14 **Premios y reconocimientos** otorgados a la CUN por la calidad de la atención sanitaria

Presencia en medios y redes sociales

32.630 **Apariciones en prensa** escrita, digital, radio y televisión (UNAV + CUN + CIMA + MUN)

91.373 **Seguidores en RRSS** Facebook, Twitter, YT, Instagram (UNAV + CUN + CIMA + MUN)



Anexos

- UNAV
- CUN
- CIMA
- MUN



Universidad
de Navarra

2.1. Modelo de Contribuciones ACADÉMICO - UNIVERSIDAD



Mensajes seleccionados como prioritarios

Universidad de Navarra

Capital Conocimiento



La UNAV contribuye a generar y difundir nuevo conocimiento mediante actividades de investigación impulsadas en los diversos campos de conocimiento en los que sus profesionales son especialistas.

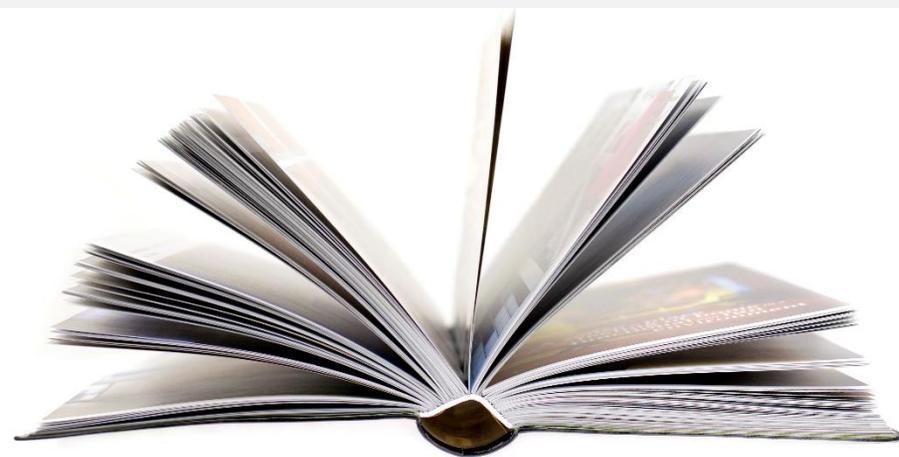
Capital Conocimiento

Generación de conocimiento

Generación de nuevo conocimiento especialista mediante el desarrollo de actividades de investigación

Difusión del conocimiento

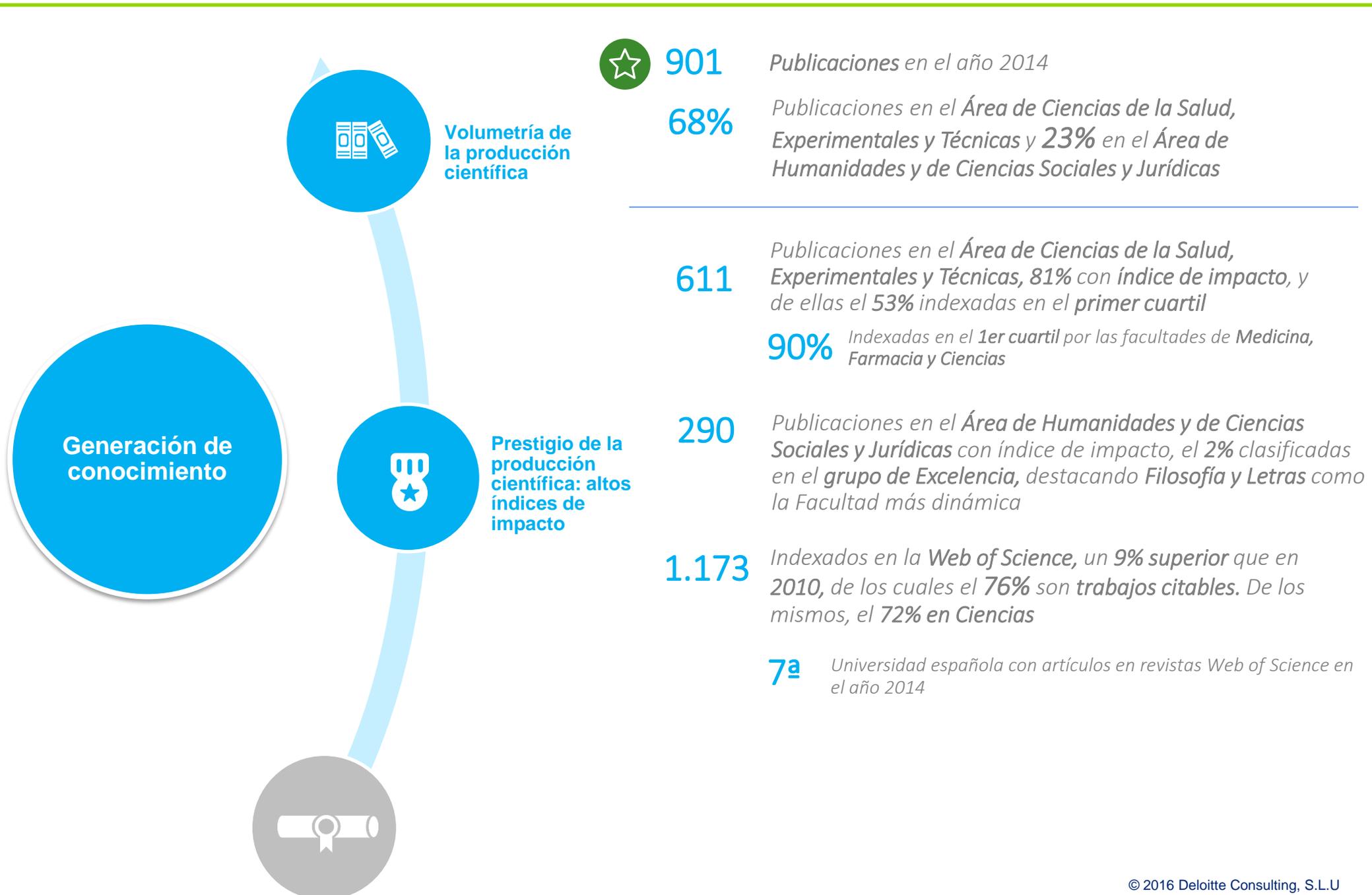
Contribución a difundir el conocimiento generado entre la comunidad académica / sociedad en general





Generación de conocimiento

Generación de nuevo conocimiento especialista mediante el desarrollo de actividades de investigación





Generación de conocimiento

Generación de nuevo conocimiento especialista mediante el desarrollo de actividades de investigación

Generación de conocimiento



+16% Incremento global del número de *trabajos citables indexados* en la *Web of Science*, en las áreas de *Ciencias, Ciencias Sociales y Arte y Humanidades*

+37% Citación superior (*CROWN*) a la media mundial en 2014

144 Índice *H* de la universidad, posición **17º** en España y **644º** en el Mundo

>1,50 Altos índices de especialización temática en *Genética y Biología Molecular, Economía y Empresa, y Biología y Bioquímica*

3ª En el ranking de universidades españolas en el área de *Medicina Clínica, 5ª* posición en *Biología y Bioquímica y Genética y Biología Molecular* y **6º** en *Neurociencia*

Prestigio de la producción científica: altos índices de impacto



 **39%** De la plantilla docente son *doctores y catedráticos*

 **129** Tesis doctorales defendidas en el curso 2014/15, **21%** en *Filosofía y Letras*

1 Tesis doctoral defendida cada 3 días

8ª Universidad de España en tesis defendidas por cada 1.000 PDIs en el año 2014

Calidad del equipo humano y sus doctorandos





Difusión de conocimiento

Contribución a difundir el conocimiento generado entre la comunidad académica / sociedad en general



Universidad de Navarra

Capital Tecnológico



¿Cuenta la Universidad de Navarra con equipamientos diferenciales?
¿Consideramos en el modelo académico los resultados de transferencia tecnológica de la OTRI? ¿Es preferible aunarlo todo en el Modelo de investigación - CIMA?

Capital Tecnológico

I+D

Desarrollo tecnológico orientado a la transferencia de conocimiento a empresas, en etapas más avanzadas de la investigación (OTRI)

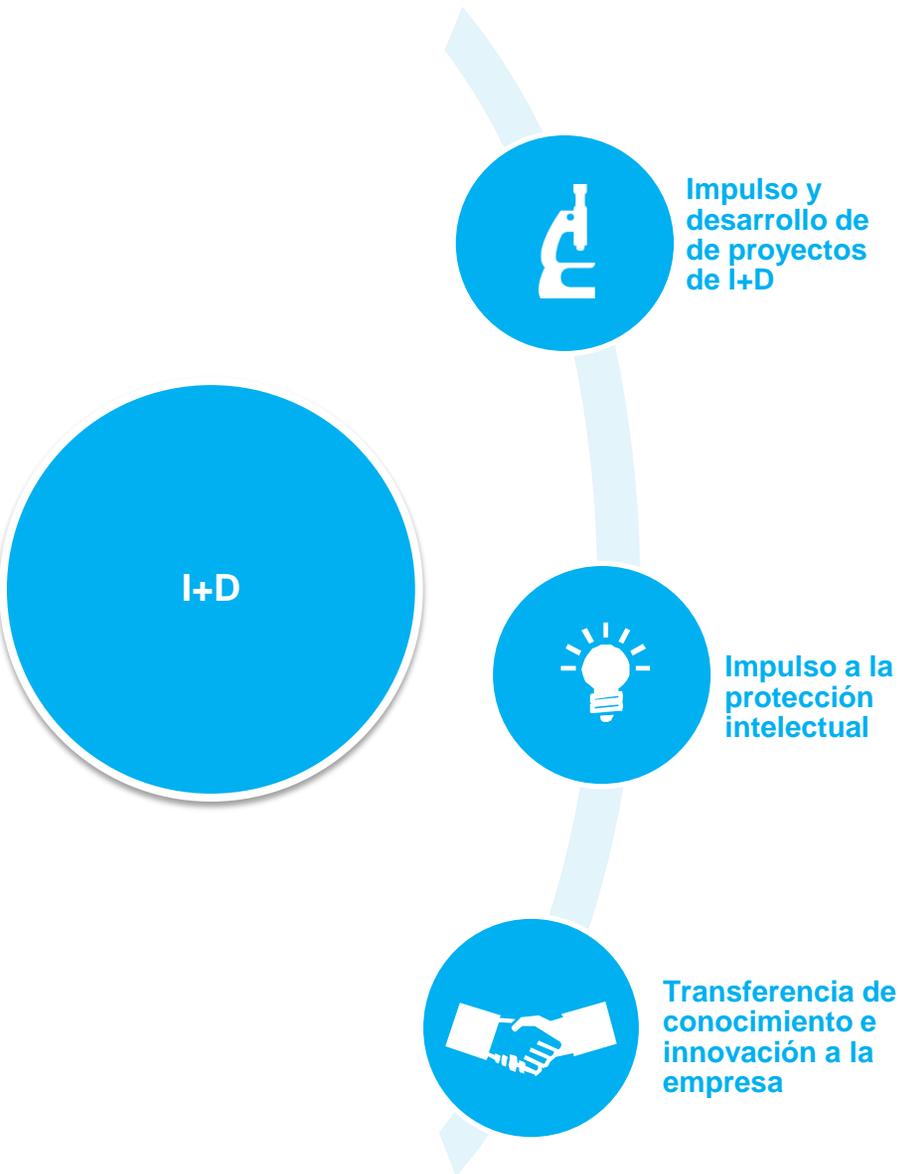
Infraestructuras y equipamiento tecnológico

Infraestructura y equipamientos de vanguardia que permiten desarrollar su actividad investigadora/docente de forma diferencial.



I+D

Desarrollo tecnológico orientado a la transferencia de conocimiento a empresas, en etapas más avanzadas de la investigación (OTRI)



☆ 224

Proyectos de investigación vigentes en el año 2015 de UNAV+CUN, un 37% superior que en curso anterior. Con un presupuesto asociado de 24,9 M de euros (44% proyectos nacionales y 40% europeos)

385

Proyectos de investigación solicitados en el año 2015 por UNAV+CUN, por un valor de 60,6 M de euros, de los cuales el 64% correspondió a proyectos europeos

54

Proyectos de investigación concedidos en el año 2015 a UNAV+CUN, por un valor de 3,8 M de euros, de los cuales el 46% correspondió a proyectos nacionales y el 33% a europeos

☆ 97%

financiación total en 2015 (24 Millones de euros) procedente de fondos no regionales, es decir, de fuera de Navarra

17

Patentes en cartera, destacando las áreas de Ciencias, Farmacia y Medicina

☆ 33

Contratos de I+D con empresas en el curso 2014/15 de UNAV, por un valor de 2,1 M €

26

Proyectos en la Unidad de Desarrollo del Medicamento, por un valor 1,5 M €

11

Acuerdos de licencias de know-how, que generaron unos ingresos de 54.897 €, un 279% superior si se compara con el curso 2012/13

Universidad de Navarra

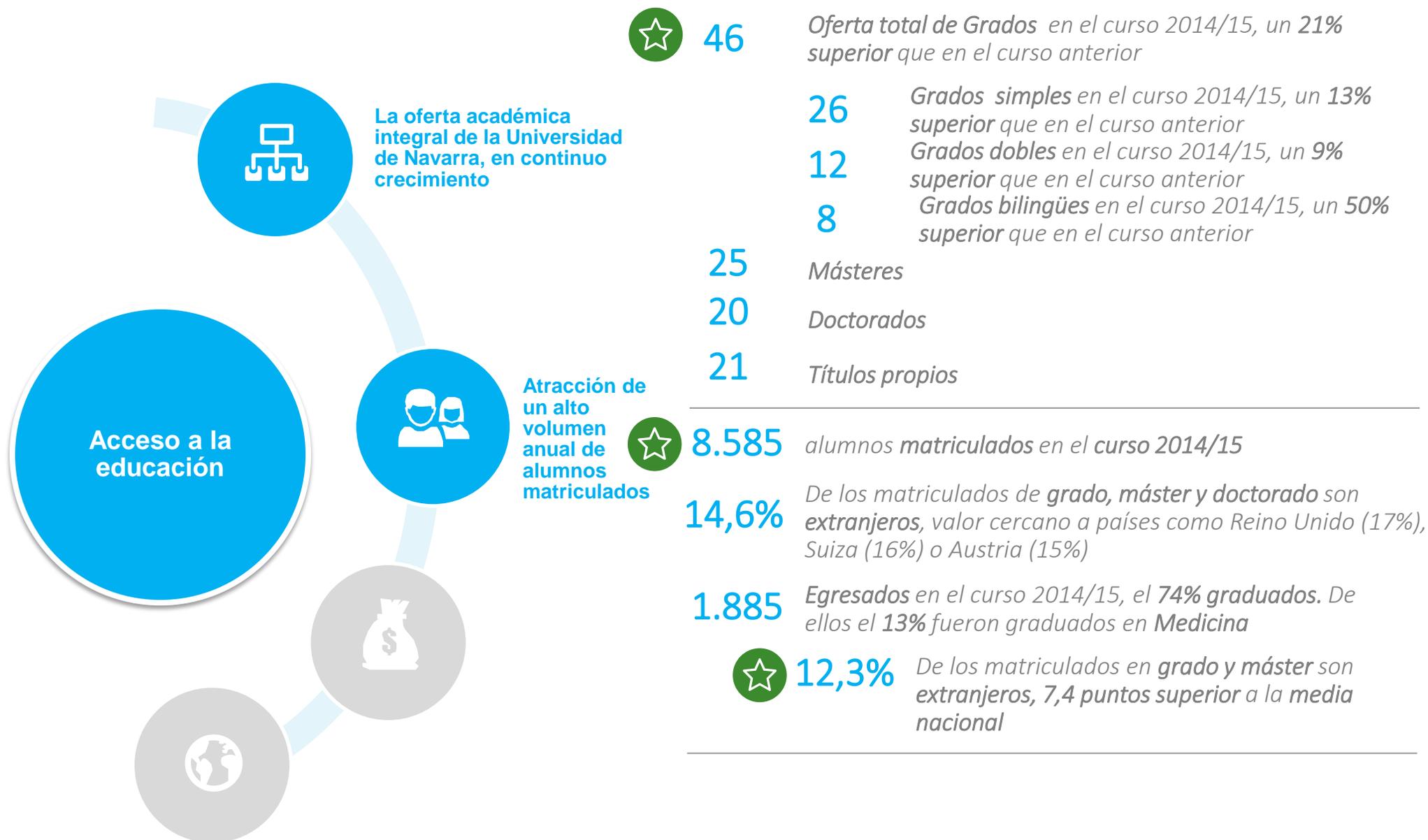
Capital Social



La Universidad de Navarra tiene un alto impacto en el tejido social fruto de su actividad educativa y de su involucración en actividades de sensibilización y de apoyo a entidades del tercer sector

Capital Social

Acceso a Educación	Oferta educativa universitaria y de postgrado de primer nivel
Integración al Mercado laboral	Inserción en el mercado laboral de diferentes colectivos
Concienciación y Compromiso Social	Promoción de valores y sensibilización sobre problemáticas y necesidades sociales
Apoyo al tercer sector	Desarrollo / impulso de organizaciones locales del tercer sector
Adaptabilidad – Accesibilidad	<i>Adaptabilidad de las instalaciones y servicios de la Universidad a colectivos con necesidades especiales</i>
Transformación de territorios y ciudades	<i>Influencia de la Universidad como eje vertebrador del territorio, con capacidad de atraer y movilizar agentes afines a su actividad en el entorno de proximidad</i>





Acceso a Educación

Oferta educativa universitaria y de postgrado de primer nivel, facilitando el acceso a la educación a personas con talento



★ **1.558** *Beneficiarios en el curso 2014/15, un 4% superior respecto al curso anterior*

★ **+8,1 M€** *En becas en el curso 2014/15, un 3% superior que en el curso anterior*

5.197,5 € *De beca media por beneficiario en el curso 2014/15, el 49% del coste medio de una matrícula ordinaria de grado*

11,5 M € *En descuentos en el curso 2014/15*

6 *Países participantes*



Integración al
Mercado laboral

Contribución a la inserción en el mercado laboral de diferentes colectivos

Integración en
el mercado
laboral



Los egresados
de la
Universidad
de Navarra
acceden al
mercado
laboral en
condiciones
favorables



66%

De los **egresados** en los años 2013, 2014 y 2015 se encuentran trabajando a día de hoy y el **89%** guarda relación con sus estudios universitarios

56%

De los graduados encontraron **trabajo** en menos de 6 meses

44%

De los graduados tiene un **contrato indefinido**

53%

Tiene un **salario mensual** superior a 1.251 €

73%

Cualifica el empleo **adecuado** a la formación académica recibida

85%

De los alumnos hace uso de los **Servicios de Carreras Profesionales**, Satisfacción media con los servicios prestados, frente al 6,1 de la media

7,5

81%

De las empresas manifiestan un **alto grado de satisfacción** en relación a los **servicios** que la UNAV les ha prestado en materia de **empleo**

52%

De los alumnos hace uso del **Portal de Empleo** de la Universidad de Navarra

6/10

Valoración del **Portal de Empleo** de la Universidad de Navarra

750

Entrevistas personales en el año 2015

1.031

Alumnos asistentes a los 46 talleres grupales, sumando 100 horas totales de formación

7

Jornadas sectoriales en el curso 2014/15, en las que participaron 1.520 asistentes y 95 empresas



Integración al
Mercado laboral

Contribución a la inserción en el mercado laboral de diferentes colectivos

Integración en el Mercado laboral



**Establecimiento
de acuerdos
con empresas
para la
realización de
prácticas**

3.718 *Becarios realizaron prácticas en el curso 2014/15, el 10% prácticas en el extranjero*

1.059 *Empresas en el ámbito nacional, de las cuales el 33% son navarras*

2,3 M€ *Importe total de las becas, 617 € de beca media por beneficiario*



**Fomento e impulso
del espíritu
emprendedor de sus
alumnos**

1.460 *Participantes en actividades de emprendimiento en el curso 2014/15, más de 5.000 estudiantes han participado en actividades del Club de emprendimiento desde 2006*



Concienciación
y compromiso
social



Aportación a
voluntariado

★ 1.526

Voluntarios en el curso 2014/15, un 43% superior que en el curso anterior. 83% son alumnos, 16% profesionales y el 1% otros

★ +5.000

Horas de voluntariado al mes. El voluntariado del alumnado representa el 79% del total de horas.

2

Proyectos internacionales de voluntariado

504

Participantes en los 4 cursos de formación impartidos



Aportación a
los valores de
compromiso
con la
sociedad

78%

De los alumnos considera que la educación recibida en la UNAV ha influido en su perspectiva y su compromiso con la sociedad

27

Proyectos de fin de grado con carácter social en el curso 2014/15



Colaboración con
el tercer sector

Contribución al desarrollo / impulso de organizaciones locales del tercer sector

Colaboración
con el tercer
sector



Puesta a
disposición del
banco de
tiempo solidario
a asociaciones
navarras



90

Asociaciones navarras en colaboración en el curso 2014/15, un 20% más que en el curso anterior

9

Áreas de trabajo



Convenios con el
tercer sector para la
integración de
personas con
discapacidad

16

Personas realizaron prácticas en el curso 2014/15

11

Áreas de trabajo como Oficinas Generales, el Servicio de Administración, el Servicio de Admisión, la Fonoteca o el Servicio de Bibliotecas

18

Convenios con empresas

Universidad de Navarra

Capital Relacional



Capital Relacional

La Universidad de Navarra contribuye a crear y fortalecer redes internacionales de colaboración con agentes empresariales y de conocimiento que son clave para la promoción y desarrollo de su actividad

Alianzas/Red de colaboración

Creación de redes de colaboración estables con instituciones académicas / empresas y otros agentes con los que la Universidad de Navarra colabora en el marco de su actividad

Capacidad de influencia

Capacidad de la Universidad de Navarra para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad.





Alianzas/Red de colaboración

Creación de redes de colaboración estables con instituciones académicas / empresas y otros agentes con los que la Universidad de Navarra colabora en el marco de su actividad



★ 346 *Convenios de colaboración con universidades de todo el mundo, 14 nuevos convenios en el curso 2014/15*

50 *Países diferentes*

★ 16 *Universidades en el top 50 según Times Higher Education Rankings*

★ 244 *Convenios de colaboración con empresas e instituciones en el curso 2014/15, el 90% enfocado a prácticas e inserción laboral*

Empresas top, de reconocido prestigio y trayectoria en cada ámbito de conocimiento

CRUE *Representa el principal interlocutor de las universidades con el gobierno central*

EEN *Servicios gratuitos de cooperación tecnológica y servicios relacionados con la participación en proyectos europeos*

ACTIS *Consortio español formado por diez socios de cinco regiones creado para agilizar los servicios ofrecidos por la red EEN*

MEDINE2 *Red de facultades de Medicina europeas*

AMEE *Red internacional, 90 países de los 5 continentes y que promueve la excelencia educativa en el ámbito sanitario*

AMSE *Foro europeo, 29 países y 68 facultades, con el fin de compartir prácticas y experiencias en aspectos como la educación, la investigación y la gestión*

2.461 *Acciones comerciales en el curso 2014/15, el 19% en 24 países extranjeros de todo el mundo*



Capacidad de influencia

Capacidad de la Universidad de Navarra para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad



★ 14.008

Antiguos alumnos forman la Red Alumni de la Universidad de Navarra, el 12% del total de antiguos alumnos de la universidad

254

Actividades de antiguos alumnos en el curso 2014/15, con un total de 8.945 participantes, el 49% en actividades en Navarra

40

Agrupaciones nacionales y 67 representantes internacionales

3

Delegaciones internacionales, en Londres, Nueva York y Guayaquil (Ecuador)

+56.800

Suscriptores a Alumni News y la revista Nuestro Tiempo

★ 10

Personalidades de reconocido prestigio han acudido a impartir clases o intervenir en conferencias en el curso 14/15

4

Congresos académicos internacionales, Erasmus Charter for Higher Education 2014-2020, Forum on Education Abroad, European Association for International Education y Association of International Education Administrators

14

Universidades participaron en la International Staff Week 2015, procedentes de 9 países



Capacidad de influencia

Capacidad de la Universidad de Navarra para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad



380 *Llamadas de periodistas solicitando expertos de la Universidad en el curso 2014/15*

4% *En medios internacionales*

885 *Número de comunicaciones y ponencias invitadas a Congresos en el curso 2014/15*

>61.240 *Seguidores en Redes Sociales*

>4.540 *Seguidores en Facebook*

>30.170 *Seguidores en Twitter*

>3.900 *Seguidores en Instagram*

>7.770 *Seguidores en Youtube*

>5,5 M € *Captados a través de 4 acuerdos para facilitar el acceso a la educación de los estudiantes*

Universidad de Navarra

Capital Económico



La actividad desarrollada por la Universidad de Navarra contribuye a la generación de riqueza y empleo en la región, aportando al mismo tiempo valor a sus grupos de interés

Capital Económico

Impacto económico en Navarra

Contribución a la creación de riqueza y empleo en Pamplona y en el resto de Navarra

Valor para los grupos de interés

Aportación de valor a los diferentes grupos de interés cuya actividad se relaciona directa o indirectamente con la Universidad de Navarra

Nueva actividad económica

Generación e impulso de nuevas actividades económicas enmarcadas en diversos sectores de actividad



Impacto
económico en
Navarra

Contribución a la creación de riqueza y empleo en Pamplona y en el resto de Navarra

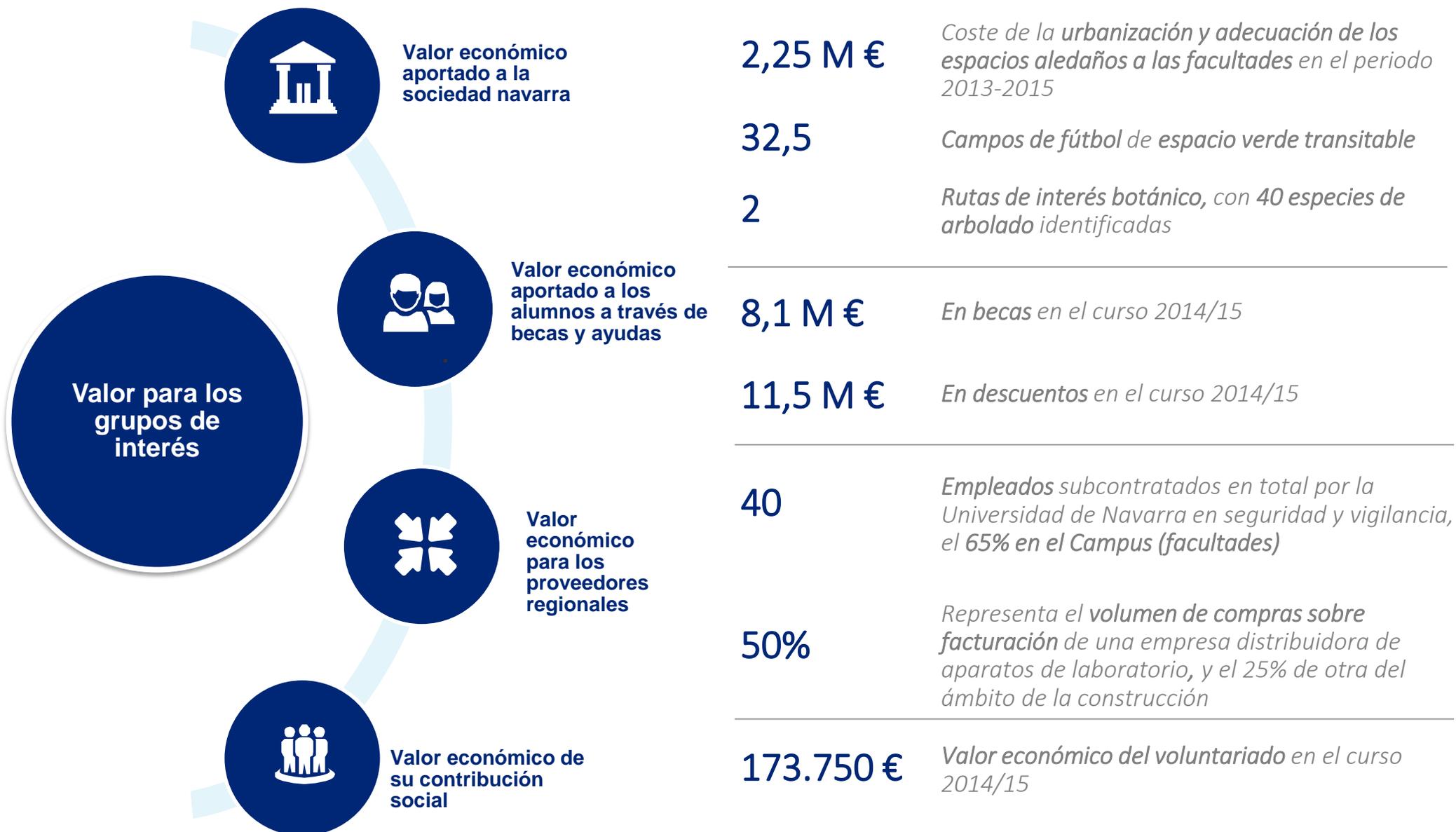


- 101,4** *Millones de € de gasto total en Navarra (74% del total)*
- 127** *Millones de € de PIB en Navarra*
- 2.256** *Empleos mantenidos en Navarra*
- 25** *Millones de € de Ingresos fiscales para las Administraciones Públicas*
- 0,6 €** *Gasto adicional traccionado por cada 1€ de gasto de UNAV en Navarra*



Valor para los grupos de interés

Aportación de valor a los diferentes grupos de interés cuya actividad se relaciona directa o indirectamente con la Universidad de Navarra





Nueva actividad económica

Generación e impulso de nuevas actividades económicas enmarcadas en diversos sectores de actividad

Nueva actividad económica



La Universidad de Navarra, impulsora del clúster biomédico en Navarra



20

Empresas privadas y centros de investigación que dan trabajo a más de 1.000 profesionales.

5

Spin offs

Universidad de Navarra

Capital Organizativo



La Universidad de Navarra ofrece una educación de alta calidad basada en la excelencia de su personal docente y en los medios y recursos puestos a disposición

Capital Organizativo

Calidad del producto / servicio

Elevada calidad de los servicios ofrecidos a los diferentes grupos de interés de la Universidad

Gestión de los recursos

Gestión eficiente de los recursos de la UNAV, con vocación de lograr una viabilidad económica en el largo plazo



Calidad del producto / servicio

Elevada calidad de los servicios ofrecidos a los diferentes grupos de interés de la Universidad

Calidad del producto / servicio



Elevada cualificación del personal docente

8,47 Alumnos por PDI doctor, frente a los **11** de la Comunidad Foral de Navarra, la cuarta con un ratio menor

 **12,6**

Alumnos por profesor en el curso 2014/15, frente a los **15,1** alumnos por profesor en la UE.

 **92%**

Tasa de rendimiento académico, frente al **79,8%** de la media española

93,4%

Tasa de éxito académico, frente al **87,6%** de la media española

98,6%

Tasa de evaluación, frente al **91,2%** de la media española

10,6%

Tasa de abandono, frente al **17,2%** de la media española

7,4%

Tasa de cambio en el primer año, frente al **7,9%** de la media española

 **8,0**

Satisfacción general con la universidad

 **94%**

De los alumnos recomendaría la Universidad a sus amigos y familiares

10%

De las **100 mejores notas del MIR** correspondieron a alumnos de la Universidad de Navarra. El **99,4%** de los alumnos aprobaron el examen en el curso 2014/15

 **4**

Premios Nacionales de Fin de Carrera en el curso 2014/15



Obtención de altos índices de éxito académico



Valoración excelente por parte del alumnado



Alumnos y Alumnis laureados



Gestión de los recursos

Gestión eficiente de los recursos de la UNAV, con vocación de lograr una viabilidad económica en el largo plazo

Gestión de los recursos



Apuesta por la estabilidad en el empleo

+4%

de crecimiento de la plantilla de la Universidad de Navarra en el periodo 2011-2015 frente a...

+0,9%

de crecimiento de los ingresos de la Universidad de Navarra en ese mismo periodo



Apuesta por la renovación de infraestructuras

52,8 M €

De inversiones en inmovilizado material en el periodo 2011-2014

Universidad de Navarra

Capital Marca



Capital Marca

Reputación y
credibilidad

La Universidad de Navarra es reconocida por la calidad educativa y la de su personal docente e investigador, lo que ha contribuido a que sea considerada como una institución de referencia a nivel nacional e internacional

Contribución de las iniciativas desarrolladas por UNAV a la generación de una imagen corporativa acorde a su posicionamiento





Reputación y credibilidad

Contribución de las iniciativas desarrolladas por UNAV a la generación de una imagen corporativa acorde a su posicionamiento



Reputación y credibilidad



Alineamiento entre la imagen deseada de la Universidad de Navarra y la imagen que el público tiene sobre la misma

4,4/5

El prestigio es la principal motivación de los alumnos para estudiar en la Universidad de Navarra

75%

De los alumnos asocia la **Excelencia Educativa** con la Universidad de Navarra, 64% la **Apuesta por la Investigación**

94%

De los alumnos **recomendaría la Universidad de Navarra** a sus amigos y familiares

67%

De los alumnos de postgrado fueron alumnos de grado/licenciatura en la Universidad de Navarra

12,3%

De los matriculados en **grado y máster** son **extranjeros**, 7,4 puntos superior a la media nacional

8/10

Satisfacción global de los alumnos con la universidad

8,17

Valoración de los **empleadores** respecto a la **formación humana** recibida, 8,03 respecto a la **teórica**

380

Llamadas de **periodistas** solicitando **expertos** de la universidad en el curso 2014/15

22

Apariciones en **10 rankings**, el **73%** de ámbito internacional

Se encuentra entre las **3 mejores universidades** en diversos **rankings nacionales**

28.570

Noticias sobre la Universidad de Navarra en el curso 2014/15, **81%** en medios online y **19%** en medios impresos

16%

De las apariciones en medios impresos son en el ámbito nacional, siendo el resto locales y regionales

50%

En ABC, El Mundo, El País y Expansión

204

Artículos de opinión publicados por la Universidad de Navarra en el curso 2014/15, el **34%** en medios nacionales



Reconocimiento por diversos rankings en el ámbito nacional e internacional



Presencia en medios e interacción en redes sociales



Clínica
Universidad
de Navarra

2.2. Modelo de Contribuciones SANITARIO - CUN



Mensajes seleccionados como prioritarios



La CUN contribuye a generar y difundir nuevo conocimiento mediante actividades de investigación impulsadas en los diversos campos de conocimiento en los que sus profesionales son especialistas.

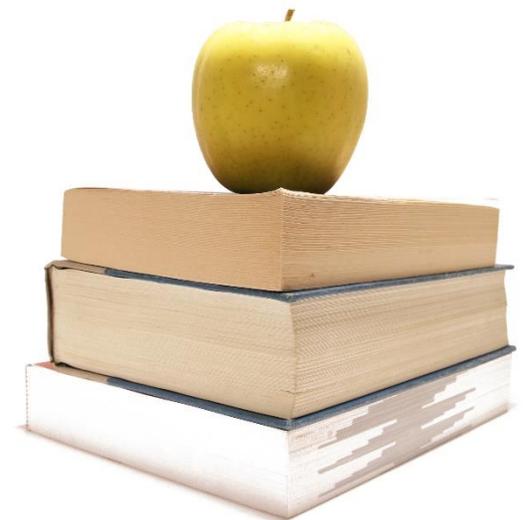
Capital Conocimiento

Generación de
conocimiento

Generación de nuevo conocimiento especialista mediante el desarrollo de actividades de investigación médica

Difusión del
conocimiento

Contribución a difundir el conocimiento generado entre la comunidad sanitaria / sociedad en general





Generación de conocimiento

Generación de nuevo conocimiento especialista mediante el desarrollo de actividades de investigación médica

Generación de conocimiento



Volumetría de la producción científica



287

Publicaciones en revistas nacionales e internacionales en el curso 2014/15

82%

De las publicaciones en colaboración con IDISNA en el año 2013, el 35% de los artículos científicos publicados ese año por el instituto



Prestigio de la producción científica: altos índices de impacto

48%

de publicaciones Indexadas en el 1er cuartil

33,5%

de publicaciones de IDISNA indexadas en el primer y segundo cuartil, fueron atribuible a CUN-IDISNA



Defensa de tesis doctorales



31

Tesis doctorales defendidas en el curso 2014/15

110

Tesis doctorales en curso



81%

de los 270 médicos en plantilla son doctores, pertenecientes a 69 especialidades distintas

100%

de médicos de Medicina interna y Ginecología son doctores



Difusión de conocimiento

Contribución a difundir el conocimiento generado entre la comunidad sanitaria / sociedad en general

Difusión de conocimiento



Difusión de conocimiento especialista

☆ 30

Congresos y conferencias organizadas por la CUN

+1.900 Asistentes a los 12 principales congresos organizados por la CUN

☆ 864

Participaciones en congresos organizados por terceros

58% mediante intervenciones presenciales

42% mediante el envío de comunicaciones

72

Participaciones en congresos, conferencias y seminarios al mes

☆ 753

Millones de audiencia total alcanzada en las comunicaciones a través de medios propios y ajenos

10,7 Millones de audiencia total alcanzada a través de medios propios (web, blog, revistas, etc.)

10,4 Millones de usuarios únicos en la web de la CUN

742,4 Millones de audiencia total alcanza a través de medios ajenos, de las cuales CNN TV 75%

364 Colaboraciones en 2015 con 7 medios

90

Notas de prensa de la CUN enviadas a medios de comunicación

Clínica Universidad de Navarra

Capital Tecnológico



La CUN desarrolla proyectos de investigación traslacional e invierte en infraestructura y equipamientos de vanguardia que permiten desarrollar su actividad de forma diferencial.

Capital
Tecnológico

I+D

Desarrollo de proyectos de investigación traslacional como base de la generación de conocimiento

Infraestructuras y
equipamiento
tecnológico

Inversión en infraestructura y equipamientos de vanguardia que permiten desarrollar su actividad de forma diferencial.





I+D

Desarrollo de proyectos de investigación traslacional como base de la generación de conocimiento



Impulso y desarrollo de una investigación interdisciplinar e internacional



224

Proyectos de investigación vigentes de CUN+UNAV en el año 2015

145 de ellos son de CUN (65%)

12,2 Millones de € de presupuesto asociado a los proyectos de investigación de CUN

25% de proyectos de investigación de CUN han sido abiertos en el curso 2014/15

385

Proyectos de investigación solicitados por CUN+UNAV en el año 2015, por un valor de 60,6 Millones de €, de los cuales el 64% correspondió a proyectos europeos

54

Proyectos de investigación concedidos a CUN+UNAV en el año 2015, por un valor de 3,8 Millones de €, de los cuales el 46% correspondió a proyectos nacionales y el 33% a europeos



97%

financiación total en 2015 (24 Millones de euros) procedente de fondos no regionales, es decir, de fuera de Navarra



Conexión CUN – Empresa: transferencia de conocimiento



25

Contratos de I+D establecidos por CUN con empresas en el curso 2014/15, por un valor de 1,3 Millones de €

11

Acuerdos de licencias de know-how por CUN+UNAV



Infraestructuras y equipamiento tecnológico

Inversión en infraestructura y equipamientos de vanguardia que permiten desarrollar su actividad de forma diferencial.

Infraestructuras tecnológicas



Puesta a disposición de infraestructuras punteras

5,1 Millones de € de inversiones en maquinaria de asistencia sanitaria realizadas en 2015

78% del total de las inversiones realizadas



17,5 Millones de € de inversiones en maquinaria de asistencia sanitaria realizadas en el periodo 2011-2015

62% del total de las inversiones realizadas

12 Millones de € de inversión acumulada en 3 dispositivos e Instalaciones de alta complejidad

- PET; Navarra fue la primera comunidad en tener PET gracias a la CUN
- Trasplante de órganos sólidos
- Cirugías especializadas (implantes cocleares, párkinson y cirugías de obesidad)

79% de ellos derivado de la adquisición y mejoras del PET (9,7 M€)

“La Clínica Universidad de Navarra pone a disposición de la región instalaciones médicas que posicionaron a Navarra como pionera a nivel estatal en el ámbito sanitario”



La CUN tiene un alto impacto en el tejido social fruto de su actividad en el ámbito sanitario y su efecto en la salud de las personas. Asimismo su involucración en proyectos de cooperación internacional contribuyen a generar un mayor impacto social

Capital Social

Acceso a
Educación

Formación en el ámbito médico, mediante el acogimiento de residentes de diferentes disciplinas y orígenes

Salud y bienestar
de las personas

Asistencia sanitaria de primer nivel y compromiso con el bienestar de las personas

Concienciación y
Compromiso
Social

Promoción de valores y sensibilización sobre problemáticas y necesidades sociales

Colaboración con
el tercer sector

Contribución al desarrollo / impulso de organizaciones locales del tercer sector



Acceso a Educación

Formación en el ámbito médico, mediante el acogimiento de residentes de diferentes disciplinas y orígenes

Acceso a la educación



Formación y capacitación de residentes

★ 172

residentes en CUN durante el curso 2014/15

35% de residentes procedentes de fuera de Navarra

34

Especialidades a disposición de los residentes procedentes de otros centros hospitalarios

59

residentes en CUN procedentes de otros centros hospitalarios durante el curso 2014/15

75% Procedentes de hospitales nacionales

25% Procedentes de hospitales del extranjero

74

Residentes de la CUN realizan rotaciones en otros centros hospitalarios

65% en hospitales nacionales

35% en hospitales extranjeros

61

Hospitales nacionales e internacionales con los que CUN colabora

54% de los hospitales colaboradores son extranjeros

35% de residencias en el extranjero se realizan en centros médicos de EEUU

23% de residencias en el extranjero se realizan en centros médicos de UK

★ 39

Especialistas incorporados en estancias formativas en 19 departamentos de la CUN

36% de ellos procedentes del extranjero



Atracción de residentes de otros centros hospitalarios



Formación de residentes en otros centros hospitalarios



Estancias formativas de profesionales en CUN



Salud y bienestar
de las personas

Asistencia sanitaria de primer nivel y compromiso con el bienestar de las personas

Salud y
bienestar de las
personas



Mejora de la
calidad de vida
de las
personas



>174.000

Consultas totales realizadas por la CUN en el año 2014/15

>61.200

pacientes atendidos en la CUN en el año 2014/15, 48% de origen navarro

>28.800

pacientes navarros atendidos en la CUN en el año 2014/15, lo que representa el 48% del total

+2%

de incremento en pacientes respecto al año anterior

13% Acudieron a consultas hospitalarias

87% Acudieron a consultas ambulatorias

53%

de los pacientes de la CUN vienen de fuera de Navarra



Salud y bienestar de las personas

Asistencia sanitaria de primer nivel y compromiso con el bienestar de las personas

Salud y bienestar de las personas



Mejora de la calidad de vida de las personas

102

Trasplantes realizados de 6 tipologías distintas (48% de riñón y 23% de hígado)

48% de trasplantes de riñón

23% de trasplantes de hígado

345

Ensayos clínicos activos realizados en la CUN en el curso 14/15

89

Investigadores involucrados y activos

285

Pacientes beneficiados

27% Procedentes de Navarra

13

Ensayos clínicos impulsados directamente por la CUN



>15 M

Beneficiarios potenciales en España en los ensayos clínicos impulsados directamente por la CUN



Concienciación y
Compromiso
Social

**Promoción de valores y sensibilización sobre
problemáticas y necesidades sociales**

Concienciación y
compromiso
social



Compromiso con la
infancia y con
países
desfavorecidos

500.000 € *Destinados al programa “Niños contra el cáncer” en el periodo 2013-2015*

>100.000 *Personas beneficiarias de asistencia médica y formación en el **hospital Monkole** de Kinshasa (Congo)*



Colaboración con
el tercer sector

Contribución al desarrollo / impulso de organizaciones locales del tercer sector

Colaboración
con el tercer
sector



Acceso a
tratamientos
médicos para
colectivos
desfavorecidos

Solidarity Fund of Georgia

Teletón:

*Cooperación internacional a través de
voluntariado médico en situaciones de
emergencia / catástrofes*

Clínica Universidad de Navarra

Capital Relacional



La CUN contribuye a crear y fortalecer redes internacionales de colaboración con agentes empresariales y de conocimiento que son clave para la promoción y desarrollo de su actividad

Capital Relacional

Alianzas/Red de colaboración

Creación de redes de colaboración estables con instituciones sanitarias / empresas y otros agentes con los que la Clínica colabora en el marco de su actividad

Capacidad de influencia

Capacidad de la CUN para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad





Alianzas/Red de
colaboración

Creación de redes de colaboración estables con
instituciones sanitarias / empresas y otros agentes con los
que la Clínica colabora en el marco de su actividad

Alianzas/redes
de colaboración



Colaboración con
empresas e
instituciones para el
avance de la
Medicina

Red

CEIT- TECNUN – CIB – CIN – IST - CIMA

IDISNA

300 artículos de forma colaborativa y más de 3.300
publicaciones en los últimos 5 años



Colaboraciones
departamentales
entre hospitales



54

Acuerdos de colaboración establecidos por CUN para
contar con la colaboración de expertos en el ámbito
sanitario

15

De los 35 departamentos de la CUN
contaron con acuerdos de colaboración

43%

de los departamentos de la CUN tienen acuerdos para
la participación de personalidades de reconocido
prestigio en sus cursos, congresos y clases magistrales



Capacidad de influencia

Capacidad de la CUN para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad.

Capacidad de influencia



Atracción de personalidades internacionales relevantes



29 *Visitas internacionales de personalidades relevantes (embajadores, autoridades de gobierno, directivos, ministros...) procedentes de 10 países distintos de entre los que destacan Emiratos Árabes y México*



431 *personalidades de reconocido prestigio han acudido a cursos, congresos y clases magistrales organizados por CUN*

15 *Departamentos concentran la mayor capacidad de atracción de especialistas*

48% *de hematología*



366 *Visitas de empresas, instituciones y profesionales interesadas en CUN como modelo de referencia en gestión o en técnicas concretas*

263 *Visitas de empresas e instituciones interesadas en CUN como modelo de referencia*

35 *Profesionales de hospitales portugueses visitaron la Clínica dentro del programa PADIS de la escuela de negocios portuguesa AESE*

68 *representantes de las 68 empresas que forman parte de la Fundación Industrial de Navarra visitaron la CUN*

134 *Profesionales de la CUN estaban integrados en Consejos de Administración en el curso 2014/15*



Capacidad de influencia

Capacidad de la CUN para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad.

Capacidad de influencia



Recepción de visitas y solicitudes de opinión experta



Atracción e interacción con un elevado número de seguidores en sus redes y medios de difusión generalista



438

Solicitudes recibidas con carácter consultivo por medios de comunicación en el curso 2014/15

1,2

solicitudes de información de tipo experto a diario por medios de información

52%

de ellas procedentes de prensa escrita

25%

de ellas procedentes de la radio

23%

restante procedentes de televisión y medios online

71%

de las solicitudes recibidas son de medios de ámbito nacional. El 27% las realizaron medios locales y el 2% restante, medios internacionales

18

Medios de comunicación estatales de gran difusión como los periódicos El Mundo, ABC y El País, la radio Cope, Diario Médico y los canales de televisión Antena 3 y TVE

>35.800 Seguidores en Redes Sociales*

>13.200

Seguidores en Facebook

>9.980

Suscriptores en Youtube y 4,4 millones de visualizaciones

>8.250

Seguidores en Twitter

2º

Hospital con mayor número de seguidores e interacción en Twitter

>4.600

Seguidores en LinkedIn

*a 07/2016

Clínica Universidad de Navarra

Capital Económico



La actividad desarrollada por la CUN contribuye a la generación de riqueza y empleo en la región, aportando al mismo tiempo valor a sus grupos de interés

Capital Económico

Impacto económico en Navarra

Contribución a la creación de riqueza y empleo en Pamplona y en el resto de Navarra

Valor para los grupos de interés

Aportación de valor a los diferentes grupos de interés cuya actividad se relaciona directa o indirectamente con la Clínica Universidad de Navarra



Impacto
económico en
Navarra

Contribución a la creación de riqueza y empleo en Pamplona y en el resto de Navarra



131 Millones de € de gasto total en Navarra (63% del total)

161,6 Millones de € de PIB generado en Navarra

2.941 Empleos mantenidos en Navarra, ajenos a la plantilla de la propia Clínica

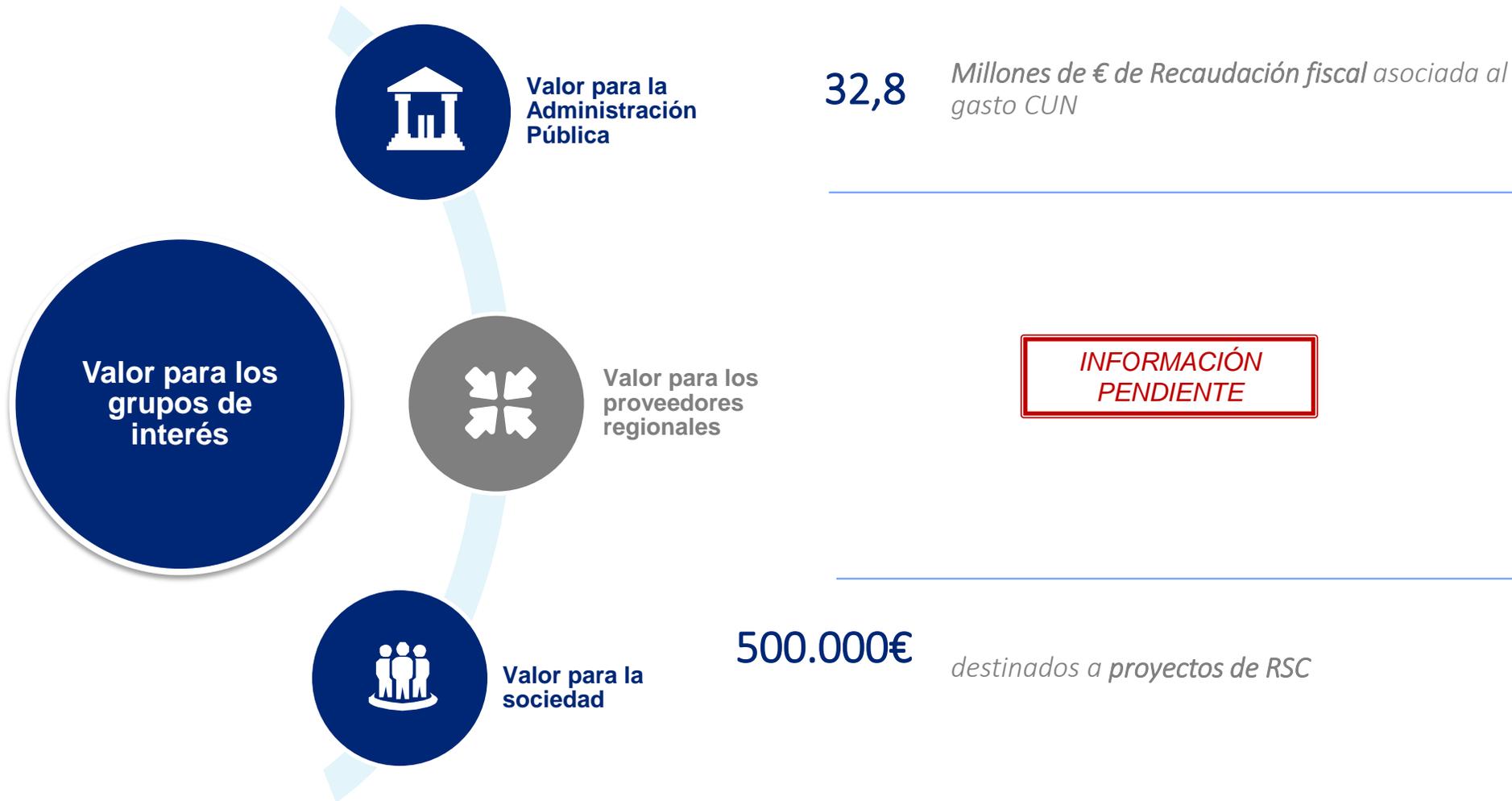
>2.000 Personas en plantilla de la propia Clínica

0,9 Gasto adicional traccionado por cada 1€ de gasto de CUN en Navarra



Valor para los grupos de interés

Aportación de valor a los diferentes grupos de interés cuya actividad se relaciona directa o indirectamente con la Clínica Universidad de Navarra



Clínica Universidad de Navarra

Capital Organizativo



Capital
Organizativo

La Clínica Universidad de Navarra ofrece una atención sanitaria de alta calidad basada en la excelencia de su personal y en los medios y recursos puestos a disposición de sus pacientes

Calidad del
producto / servicio

Elevada calidad de los servicios ofrecidos a los diferentes grupos de interés de la Clínica

Gestión de los
recursos

Gestión eficiente de los recursos de la CUN, con vocación de lograr una viabilidad económica en el largo plazo



Calidad del producto / servicio

Elevada calidad de los servicios ofrecidos a los diferentes grupos de interés de la Clínica



Atención sanitaria de alta calidad



PET y SPECT



17% del total de médicos de Navarra pertenecen a la CUN

3 especialidades destacan por encima de la media en relación al conocimiento aportado

50% de los médicos de Cirugía Cardíaca de Navarra se encuentran en la CUN

40% de los médicos de Neurocirugía de Navarra se encuentran en la CUN

1 de cada 3 médicos de Neurología de Navarra pertenecen a la CUN

Equipamientos únicos en la región aportados por la CUN

67% del personal sanitario de soporte **de la CUN** s (enfermeras + personal auxiliar) o enfermeras, frente a la media del resto de los hospitales de Navarra y resto de clínicas privadas, que cuentan con un 60 y 37% respectivamente. Esto supone que tienen una plantilla más cualificada

42  Pacientes **supervisados de media por cada médico** de la CUN, un **24% menos** que el resto de instituciones sanitarias de Navarra (55 pacientes de media).

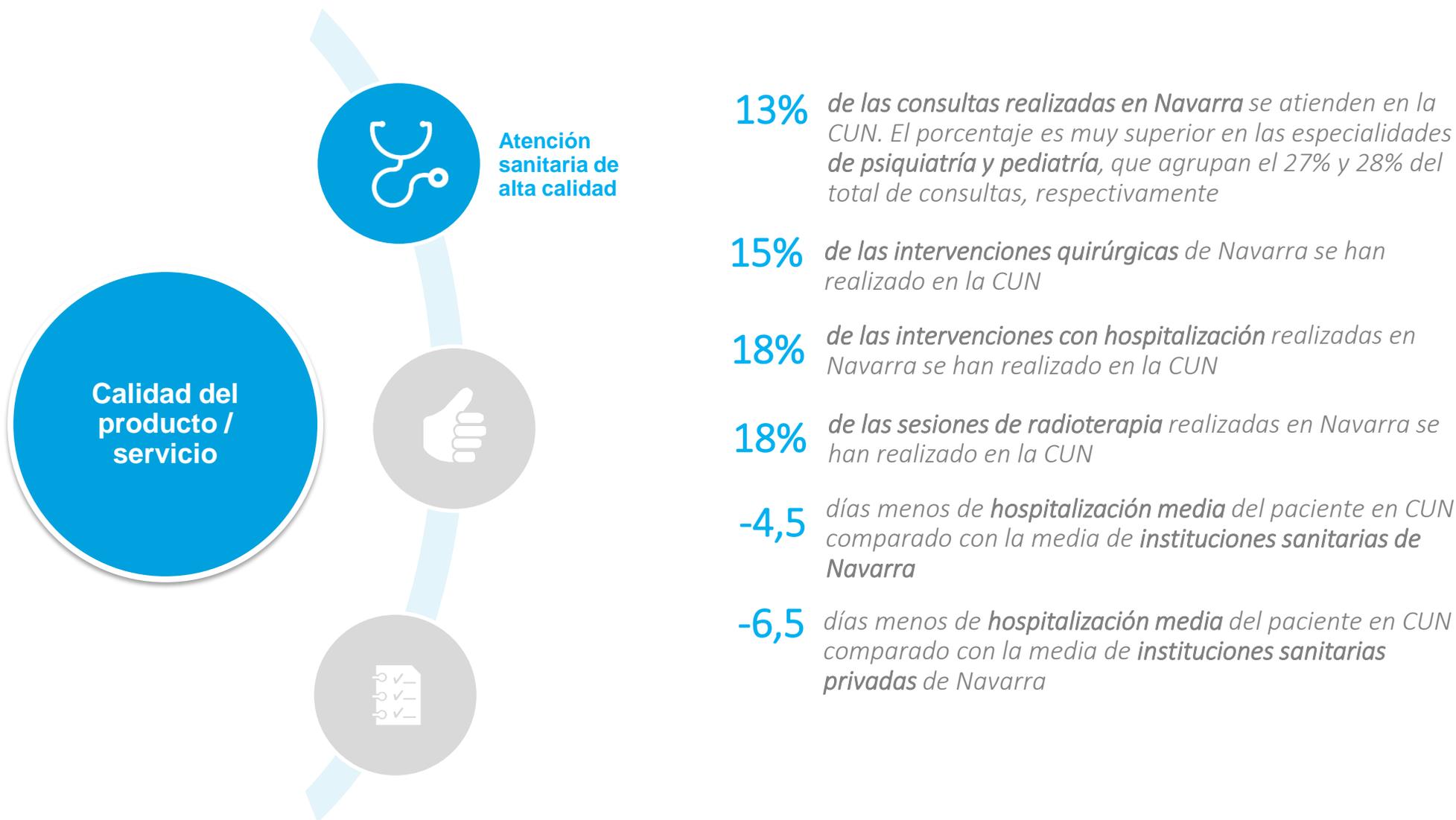
17 Pacientes **supervisados de media por cada enfermera** de la CUN, casi **la mitad** que el resto de instituciones sanitarias de Navarra (32 pacientes de media).

52% **menos de mortalidad intrahospitalaria** con respecto al total de hospitales de Navarra



Calidad del
producto / servicio

Elevada calidad de los servicios ofrecidos a los diferentes grupos de interés de la Clínica





Calidad del producto / servicio

Elevada calidad de los servicios ofrecidos a los diferentes grupos de interés de la Clínica



Calidad del producto / servicio

Valoración excelente por parte de los pacientes

Formación y desarrollo del personal sanitario

8,9 Puntos sobre 10 de satisfacción media de los pacientes con la CUN

71,3 Puntos del índice de satisfacción NPS, frente a los 50,2 registrados por la sanidad española

77% de los encuestados puntúan con un 9 ó 10 sobre 10 la satisfacción con la CUN

9,8 Puntos sobre 10 en la evaluación de la Joint Comission International

98,8% de los pacientes recomendaría la CUN a sus amigos y familiares

58,6% de los pacientes son recurrentes

42 Cursos de formación ofrecidos a sus trabajadores en el curso 14/15

27 de los cuales son cursos de formación continuada para sus facultativos (un 35% más que el curso anterior)

1.605 Inscripciones a los cursos

1.444 Certificados expedidos

364 Horas de formación impartidas

7.156 Horas de formación cursadas por el personal; **4 horas** de formación cursadas de media por persona

992€ invertidos de media en formación a 85 facultativos en los cursos de bioestadística, ANOVA, Valoración de la concordancia, informática y utilidad de la ecografía

Clínica Universidad de Navarra

Capital Marca



La Clínica Universidad de Navarra es reconocida a nivel nacional e internacional por su excelente servicio sanitario y por el importante esfuerzo que realizan en investigar y avanzar en el tratamiento de diversas patologías

Capital Marca

Reputación y
credibilidad

Contribución de las iniciativas desarrolladas por CUN a la generación de una imagen corporativa acorde a su posicionamiento



Clínica
Universidad
de Navarra



Reputación y
credibilidad

Contribución de las iniciativas desarrolladas por CUN a la generación de una imagen corporativa acorde a su posicionamiento



Alineamiento entre la imagen deseada de la Clínica Universidad de Navarra y la imagen que el público tiene sobre la misma

☆ 63%

de los pacientes acuden a la CUN motivados por su rapidez en la atención

☆ 85%

de los pacientes acuden a la CUN por su prestigio y el de su personal médico

52%

de los pacientes acuden a la CUN por su tecnología de vanguardia



La CUN es reconocida en diversos rankings de ámbito nacional e internacional

9,8

Puntos sobre 10 en la evaluación de la Joint Commission International

14

Premios y reconocimientos otorgados a la CUN

1^{er}

hospital universitario acreditado en España por la Joint Commission International

10

Áreas de la CUN han recibido premios de ámbito nacional e internacional

1^{er}

Hospital privado de España según el I Monitor de Reputación Sanitaria de España en 2014 y 2015

13

Especialidades están en el top 10 según el I Monitor de Reputación Sanitaria de España



Premio a la Excelencia en oncología por la ESMO (Centro de excelencia en integración de los cuidados paliativos y el tratamiento oncológico)

1^{er}

Premio en mejor hospital de atención al paciente (2009 y 2014) – premios Best in class





Reputación y credibilidad

Contribución de las iniciativas desarrolladas por CUN a la generación de una imagen corporativa acorde a su posicionamiento

Reputación y credibilidad



3.053

Noticias sobre la Clínica Universidad de Navarra en el curso 2014/15, 98% en prensa y medios online

364

Colaboraciones de la CUN con medios de comunicación de alcance nacional e internacional (CNN, Expansión, ABC, entre otros)

46%

de las colaboraciones corresponden a medios internacionales

742

Millones de audiencia estimada de las apariciones en colaboración

98%

de audiencia internacional, fundamentalmente en EEUU

75%

del total de audiencia alcanzada a través de CNN TV

12,4

Millones de € de valor económico de la presencia en medios (prensa y televisión)

3,5

Millones de € de valor económico estimado para las apariciones en televisión



Alta presencia en medios e interacción en redes sociales





cima

CENTRO DE INVESTIGACIÓN
MÉDICA APLICADA
UNIVERSIDAD DE NAVARRA

2.3. Modelo de Contribuciones CIMA. Centro de Investigación Médica Aplicada



Mensajes seleccionados como prioritarios



Desarrollo de tesis doctorales

★ 9

tesis doctorales defendidas por el personal del CIMA en 2014

+200

tesis doctorales dirigidas por el personal del CIMA desde sus inicios en 2002

1,06

tesis doctorales dirigidas por cada doctor en la plantilla del CIMA desde 2002



Volumetría y prestigio de la producción científica

★ 151

publicaciones generadas en el año 2014 por los investigadores del CIMA

196

trabajos indexados en la base e datos de Science Citation Index en 2014

+1.200

factor de impacto consolidado de las publicaciones del CIMA en 2014



Calidad del equipo humano y sus doctorandos

★ 61,8%

doctores del total de 305 personas de la plantilla del CIMA

305

personas de 20 países diferentes en la plantilla del CIMA

22

índice H medio de los 53 investigadores más distinguidos del CIMA

26

publicaciones en el Top 3 de medios de alto impacto

5

citaciones en medios de prestigio con un Factor de Impacto mayor de 20



Difusión de conocimiento

Contribución a difundir el conocimiento generado entre la comunidad investigadora / sociedad en general



Difusión de conocimiento especialista

☆ 13

Congresos y seminarios organizados por el CIMA

☆ 107

comunicaciones a congresos

☆ 101

ponencias invitadas en congresos



Diseminación de conocimiento no especialista

13

ediciones de la revista CIMAcumunica desde su creación en el año 2008

4

aulas de salud de divulgación científica abiertas al público

☆ +400

asistentes han participado en las aulas de salud organizados por el CIMA



I+D

Desarrollo de proyectos de investigación traslacional como base de la generación de conocimiento

I+D



Impulso y desarrollo de una investigación interdisciplinar e internacional

 136

proyectos vigentes

>22,7M€

de presupuesto en los proyectos vigentes, siendo el 33% de proyectos Europeos

167.264€

de presupuesto medio en los proyectos vigentes en 2015, un 5,1% superior que en 2014

40

proyectos conseguidos a nivel Europeo, Nacional y Regional en el año 2015

20%

de tasa de éxito entre los proyectos solicitados y los concedidos en 2015

>5,6M€

de presupuesto en los proyectos conseguidos en 2015



I+D

Desarrollo de proyectos de investigación traslacional como base de la generación de conocimiento

I+D



Valorización
del
conocimiento

175

solicitudes de patentes en el curso 14/15

☆ 88

invenciones que han sido objeto de protección industrial por patentes

+900

registros de productos realizados en todo el mundo



Mejora de la
calidad de vida
de las personas

5

ramas principales de investigación diferentes en las que se centran los investigadores del CIMA: Cáncer, Enfermedades Cardiovasculares, Enfermedades Raras, Enfermedades Hepáticas y Enfermedades Neurodegenerativas

1,7 M *de personas fallecen anualmente en Europa por cáncer*

1ª *causa de muerte y hospitalización en los países occidentales por enfermedades cardiovasculares*

7.000 *enfermedades raras aproximadamente según la OMS*

29 M *de personas padecen enfermedad hepática crónica*

7,7 M *de nuevos casos de demencia cada año en el mundo*



Alianzas y redes de colaboración

Pertenencia a redes de colaboración

Academic Drug Discovery Consortium

consorcio internacional dedicado a descubrir nuevos fármacos del que CIMA es coordinador europeo

RETECNA

creada para potenciar sinergias y complementariedades, desarrollar proyectos conjuntos e interactuar con otras redes y agentes del sistema Ciencia-Tecnología-Empresa internacional

CIBER

consorcio público de investigación con el objetivo de impulsar la investigación de excelencia en Biomedicina y Ciencias de la Salud

CDTI

Entidad Pública empresarial que promueve la innovación y el desarrollo tecnológico de las empresas españolas



Capacidad de
influencia

Capacidad del CIMA para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad.





Impacto
económico en
Navarra

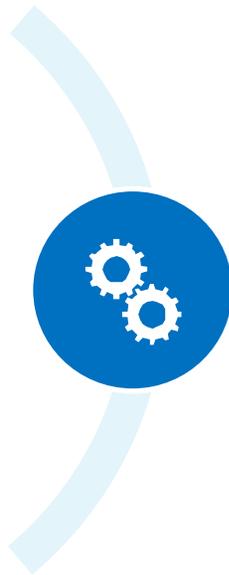
Contribución a la creación de riqueza y empleo en Pamplona y en el resto de Navarra





Nueva actividad económica

Generación e impulso de nuevas actividades económicas enmarcadas en diversos sectores de actividad



El CIMA,
compulsor del
clúster biomédico
en Navarra



20

empresas privadas y centros de investigación que dan trabajo a más de 1.000 profesionales.

5

spin offs



Imagen y
reputación

Contribución de las iniciativas desarrolladas por CIMA a la generación de una imagen corporativa acorde a su posicionamiento



Presencia en
medios e
interacción en
redes sociales



Presencia en medios

78

noticias en medios en papel nacionales, locales y especializados

123

noticias en medios digitales

6

noticias en radio y televisión



Interacción en redes sociales

+1.680

seguidores en Twitter

+1.070

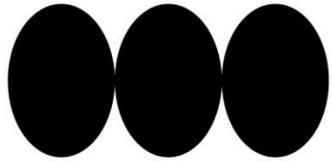
“me gusta”-s en Facebook

+280

miembros en el grupo de LinkedIn

+15.580

visualizaciones en YouTube



Museo
Universidad
de Navarra

2.4. Modelo de Contribuciones MUSEO



Mensajes seleccionados como prioritarios



El museo contribuye a generar y difundir conocimiento en el ámbito cultural, en concreto en los campos en los que es especialista: fotografía y arte contemporáneo.

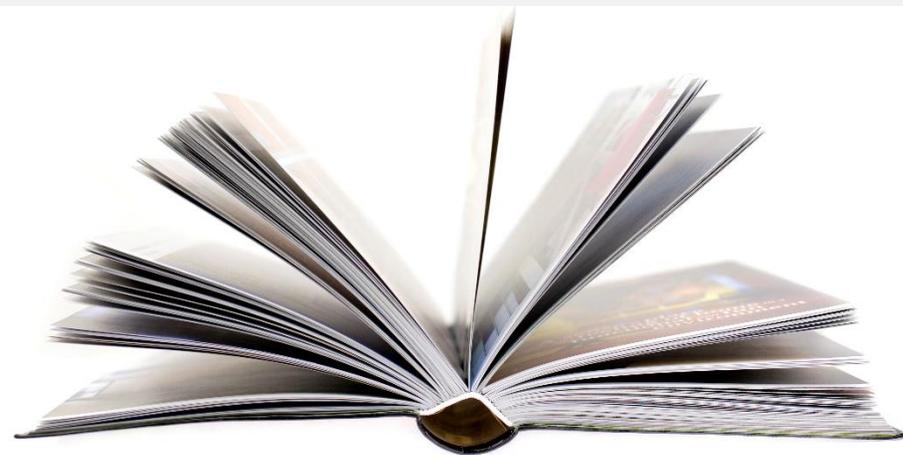
Capital Conocimiento

Generación de
conocimiento

Generación de nuevo conocimiento especialista mediante el desarrollo de actividades de investigación

Difusión del
conocimiento

Contribución a difundir el conocimiento generado entre la comunidad académica / sociedad en general





Generación de conocimiento

Generación de nuevo conocimiento especialista mediante el desarrollo de actividades de investigación



60% *de las tesis doctorales en base al fondo fotográfico donado a la Universidad, se han generado a partir de la construcción del Museo*

20 *artistas de prestigio internacional involucrados en el proyecto Tender Puentes impulsado por el Museo Universidad de Navarra*

657 *piezas generadas mediante el proyecto Tender Puentes*

158 *obras de arte generadas han pasado a formar parte de la colección del museo*

 **26** *publicaciones vinculadas a las actividades del Museo*



Difusión de conocimiento

Contribución a difundir el conocimiento generado entre la comunidad académica / sociedad en general

Museo Universidad de Navarra

Difusión de conocimiento



Difusión a través de la página web y newsletter

415.000 *páginas vistas en la página web del Museo*

5.785 *suscriptores a la Newsletter*



Organización de eventos de difusión de conocimiento

29 *eventos mensuales de media organizados por el Museo*



Distribución y venta de libros

2.087 *libros vendidos en puntos de venta de origen nacional e internacional*

Museo Universidad de Navarra

Capital Social



El Museo Universidad de Navarra tiene un alto impacto en el tejido social fruto de su actividad en el ámbito cultural y educativo y de su involucración en actividades de difusión y acercamiento del arte a la sociedad

Capital Social

Acceso a
Educación

Oferta educativa universitaria y de postgrado de primer nivel

Integración al
Mercado laboral

Inserción en el mercado laboral de diferentes colectivos

Ocio y Cultura

Actividades de promoción de la cultura y de las artes escénicas, desde un enfoque de acercamiento a la sociedad

Concienciación y
Compromiso
Social

Promoción de valores y sensibilización sobre problemáticas y necesidades sociales

Adaptabilidad –
Accesibilidad

Adaptabilidad de las instalaciones y servicios de la Universidad a colectivos con necesidades especiales

Transformación de
territorios y
ciudades

Influencia de la Universidad como eje vertebrador del territorio, con capacidad de atraer y movilizar agentes afines a su actividad en el entorno de proximidad



Acceso a la educación

Oferta educativa universitaria y de postgrado de primer nivel



40 *alumnos matriculados en el Diploma en Estudios Curatoriales*

34 *alumnos de la Universidad para la prestación del servicio de visitas guiadas gratuitas*

20 *artistas han combinado su principal misión de representación o exhibición, con la impartición de sesiones didácticas con alumnos y público en general*



Integración al
Mercado laboral

Contribución a la inserción en el mercado laboral de diferentes colectivos

Integración en
el Mercado
laboral



Integración en
el Mercado
laboral

8 %

de la plantilla del Museo ha estado conformada por personas con beca o alumnos en prácticas durante su primer año de actividad

150

currículos recibidos, tanto antes de la inauguración como durante el primer año de apertura

52

instituciones, museos, fundaciones y centros culturales donde los alumnos pueden realizar prácticas profesionales



Ocio y cultura



Atracción de
nuevos
visitantes a la
ciudad



89.541

visitantes al Museo Universidad de Navarra

9.138

*espectadores han presenciado los
espectáculos realizados en el Teatro del
Museo*



Fomento de la
educación integral
e interdisciplinar
desde etapas
tempranas

2.300

*personas (familias y niños) han participado en
las actividades educativas del Museo durante
2015*

Museo Universidad de Navarra

Capital Relacional



Capital Relacional

El Museo Universidad de Navarra contribuye a crear y fortalecer redes internacionales de colaboración con agentes culturales que son clave para la promoción y desarrollo de su actividad

Alianzas/Red de colaboración

Creación e impulso de redes de colaboración estables con otras instituciones culturales y museísticas, así como participación activa en diferentes redes

Capacidad de influencia

Capacidad del Museo Universidad de Navarra para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad.





Alianzas/Red de
colaboración

Creación e impulso de redes de colaboración estables con otras instituciones culturales y museísticas, así como participación activa en diferentes redes





Capacidad de
influencia

Capacidad de la Universidad de Navarra para involucrar y atraer a figuras de referencia a nivel mundial en sus ámbitos de actividad



Museo
Universidad
de Navarra

Capacidad de
influencia



Capacidad
de atracción



Presencia en
Redes
Sociales



73

personalidades del sector institucional, empresarial, artístico y mediático procedentes de 60 empresas / instituciones distintas han visitado el Museo

61

artistas de prestigio nacional e internacional se han involucrado de manera activa en los diferentes congresos, conferencias y seminarios

10.762

seguidores RRSS

4.900

seguidores en Twitter

4.485

"me gusta"-s en Facebook

1.007

seguidores en Instagram

370

seguidores en YouTube

Museo Universidad de Navarra

Capital Económico



La actividad desarrollada por el Museo Universidad de Navarra contribuye a la generación de riqueza y empleo en la región, aportando al mismo tiempo valor a sus grupos de interés

Capital
Económico

Impacto
económico en
Navarra

Contribución a la creación de riqueza y empleo en Pamplona y en el resto de Navarra

Valor para los
grupos de interés

Aportación de valor a los diferentes grupos de interés cuya actividad se relaciona directa o indirectamente con el Museo Universidad de Navarra



Impacto económico en Navarra

Contribución a la creación de riqueza y empleo en Pamplona y en el resto de Navarra



Impacto Económico en la fase constructiva (2011-2014)



Impacto Económico del primer año de funcionamiento

18 Millones de € gasto total en Navarra (80% del total)

19,2 Millones de € de PIB en Navarra

110 Empleos mantenidos en Navarra

1 Millón de € de retornos fiscales para las Administraciones Públicas

1,07 € de contribución al PIB en Navarra por cada euro de gasto en proveedores navarros derivado de su construcción

★ 2,1 Millones de € gasto total en Navarra (58% del total)

2,6 Millones de € de PIB en Navarra

45 Empleos mantenidos en Navarra

181 mil € de ingresos fiscales para las Administraciones Públicas

0,5 € Gasto adicional traccionado por cada 1€ de gasto de UNAV en Navarra



Valor para los grupos de interés

Aportación de valor a los diferentes grupos de interés cuya actividad se relaciona directa o indirectamente con el Museo Universidad de Navarra



Museo Universidad de Navarra

Capital Marca



Capital Marca

Reputación y
credibilidad

El Museo Universidad de Navarra es reconocido por su colección fotográfica y de arte moderno, que han contribuido a que sea considerada como una institución de referencia a nivel nacional, en particular en el ámbito de fotografía de España del S.XIX

Contribución de las iniciativas desarrolladas por MUN a la generación de una imagen corporativa acorde a su posicionamiento





Reputación y credibilidad

Contribución de las iniciativas desarrolladas por MUN a la generación de una imagen corporativa acorde a su posicionamiento



Posicionamiento del Museo desde la perspectiva del visitante

76 %

de los visitantes del museo destaca como principal motivación de la visita las colecciones permanentes o temporales

54 %

de los visitantes asocian la arquitectura del edificio como característica diferencial del museo

47

obras de arte de artistas reconocidos a nivel nacional e internacional

Reconocimiento del museo y su colección



10.762 seguidores RRSS

4.900 seguidores en Twitter

4.485 "me gusta"-s en Facebook

1.007 seguidores en Instagram

370 seguidores en YouTube



800 apariciones en prensa escrita, digital, radio y televisión

14,9

millones de seguidores en twitter de la portada de "The Economist"

100%

de las noticias publicadas han tenido una

Reputación y credibilidad

Interés de los medios de comunicación y redes sociales





Si desea información adicional, por favor, visite www.deloitte.es

Deloitte Advisory se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, (private company limited by guarantee, de acuerdo con la legislación del Reino Unido) y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad independiente. En www.deloitte.com/about se ofrece una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte Advisory presta servicios de consultoría y asesoramiento en transacciones corporativas a entidades que operan en un elevado número de sectores de actividad. La firma aporta su experiencia y alto nivel profesional ayudando a sus clientes a alcanzar sus objetivos empresariales en cualquier lugar del mundo. Para ello cuenta con el apoyo de una red global de firmas miembro presentes en más de 140 países y con aproximadamente 170.000 profesionales que han asumido el compromiso de ser modelo de excelencia.

El contenido de esta publicación no puede ser total ni parcialmente reproducido, transmitido ni registrado por ningún sistema de recuperación de información, de ninguna forma ni a través de ningún medio o soporte, sin el previo consentimiento por escrito de los titulares del copyright. Deloitte Advisory no se hace responsable del uso que de esta información puedan hacer terceras personas. Nadie puede hacer uso de este material salvo autorización expresa por parte de Deloitte Advisory.