



Plan director de la línea estratégica
LIDERAZGO CULTURAL

(2023-2024)



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

Plan director de la línea estratégica **LIDERAZGO CULTURAL**

(2023-2024)

1. Presentación	3
2. Eje estratégico 1. Las personas	4
3. Eje Estratégico 2. Docencia y Formación	6
4. Eje Estratégico 3. Investigación y Transferencia	8
5. Eje Estratégico 4. Impacto en el entorno	10
6. Eje Estratégico 5. Campus e Infraestructuras	13



1. PRESENTACIÓN

Este documento recoge el Plan director de la línea estratégica LIDERAZGO CULTURAL diseñado desde el Vicerrectorado de Comunicación y Extensión Universitaria para los años 2023 y 2024. Este Plan director que se presenta se inscribe en el *Plan estratégico de la Universidad de Almería 2021-24* y pretende dar respuesta a los objetivos de dicha línea estratégica. Además, para realizar este plan director también se han tenido en cuenta algunas de las estrategias contenidas en el programa electoral del Rector (2019-2023), así como otras iniciativas y propuestas recogidas en estos años de gestión.

A partir de la línea estratégica, que es una de las que guían la acción de gobierno de nuestra institución, se detallarán las acciones concretas de los años 2023 y 2024 para alcanzar los objetivos establecidos.

Este *Plan director* pretende ser un modelo operativo con un carácter claramente ejecutivo y se ha elaborado con el fin de ofrecer una gestión transparente y responsable del cumplimiento de dicho *Plan estratégico*. Por este motivo, a continuación, se detallarán los objetivos, acciones e indicadores de seguimiento, así como las actuaciones que se van a desarrollar desde el Vicerrectorado. Para ello, también se tendrá en cuenta los recursos materiales y humanos disponibles.

Por todo ello, este documento será el punto de partida y de referencia para la rendición de cuentas del Vicerrectorado de Comunicación y Extensión Universitaria y finalizará con el informe de gestión que el Rector presenta al final de cada año en Claustro en el que se recogerá el grado de cumplimiento de las distintas acciones propuestas y, por ende, de los objetivos, líneas y ejes estratégicos.

Este *Plan director 2023-24* recoge estrategias (16), acciones (36) e indicadores en cada uno de los 5 ejes estratégicos del Plan estratégico en los que el Liderazgo cultural está presente.

2. EJE ESTRATÉGICO 1. LAS PERSONAS

Una de las características definitorias de la Universidad a la que aspiramos es la de ofrecer una Universidad de Almería cercana a las personas, en la que tanto la formación, como la gestión y la investigación esté orientada hacia y para las personas.

Los objetivos y acciones de gobierno e indicadores planteados en este Primer Eje del *Plan director* de la estrategia transversal del Liderazgo cultural se orientan a la creación de un contexto que acerque la dimensión cultural a los miembros de la comunidad universitaria y enriquezca la vida cultural del campus.

Objetivo estratégico:

1. 4. C. Incrementar el compromiso de la comunidad universitaria con la cultura.

Estrategias:

- > Promover un plan de acción coordinado para incentivar la participación de la comunidad universitaria en la vida cultural de la UAL.
- > Diseñar un sistema de reconocimiento en la comunidad universitaria de los logros de retos culturales de relevancia.
- > Impulsar el desarrollo de proyectos culturales innovadores y creativos en la comunidad universitaria que incorporen aspectos relativos a los lenguajes culturales, los entornos digitales, la igualdad de género o la inclusión, entre otros.
- > Desarrollar políticas culturales a partir de la evaluación y análisis de los hábitos de consumo cultural de la comunidad universitaria y su entorno, así como sus necesidades.

2023. Acciones

1. Diseño de la programación cultural que recoja aportaciones de los estudiantes y del resto de miembros de la comunidad universitaria
2. Realización de actividades culturales cuya planificación y colaboración se coordine con otros servicios de la UAL.
3. Materializar la realización de prácticas de estudiantes en el servicio de Extensión (curriculares y extracurriculares).
4. Realizar una campaña informativa e implantar el PROYECTO AURA con el fin de visibilizar la creación artística de los miembros de la comunidad universitaria.
5. Diseñar y ejecutar una convocatoria de ayudas con el fin de promover producciones artísticas propias que pongan en valor el potencial artístico de los miembros de la UAL inscritos en el proyecto AURA.



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

INDICADORES

Indicador	Valor meta	Responsable
Número de eventos culturales organizados en colaboración con los estudiantes	5	
Número de actividades culturales diseñadas para los estudiantes	30	
Número de centros/servicios de la UAL participantes en acciones conjuntas	5	
Número de estudiantes en prácticas en el servicio de Extensión (curriculares y extracurriculares)	2	
Número de actividades formativas o de divulgación	10	
Material divulgativo realizado (vídeos y otros)	3	
Número de conciertos	3	
Número de artistas inscritos en AURA	10	
Número de ayudas para la creación de producciones artísticas propias	5	

2024: Acciones

1. Realización y publicación del Plan Propio de Extensión Universitaria.
2. Implementar un programa de actividades culturales de colaboración con proyectos solidarios.
3. Incrementar las actividades encaminadas a la visibilización y conocimiento de otras culturas.
4. Revisión del programa cultural del curso 23-24 con el fin de ajustarlo a los resultados del análisis de los hábitos de consumo cultural de la comunidad universitaria.
5. Promover la realización de actividades culturales conjuntas con las universidades del consorcio UNIGREEN



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

INDICADORES

Indicador	Valor meta	Responsable
Número de premios a la creación artística en el Plan Propio de Extensión Universitaria	2	
Número de acciones culturales en colaboración con otros servicios para dar visibilidad a la mujer en el ámbito cultural	4	
Número de actividades organizadas encaminadas a la visibilización y conocimiento de otras culturas	4	
Número de participantes en actividades encaminadas a la visibilización y conocimiento de otras culturas	50	
Número de nuevas iniciativas orientadas a la difusión de actividades de otras culturas	4	
Número de actividades culturales organizadas conjuntas con las universidades del consorcio UNIGREEN	1	
Número de participantes en actividades culturales organizadas conjuntas con las universidades del consorcio UNIGREEN	100	

3. EJE ESTRATÉGICO 2. DOCENCIA Y FORMACIÓN

La formación de los estudiantes es una de las funciones básicas de la enseñanza superior y la Universidad de Almería mantiene su compromiso con su entorno mediante la excelencia docente y una formación integral de las personas. Las universidades deben convertirse en espacios en los que se promueva la formación integral de las personas que en ellas conviven, estudian y trabajan. Para ello se deben crear las condiciones necesarias que garanticen la presencia de una concepción humanista de la educación, con el fin de promover en los estudiantes la libertad, la equidad y la solidaridad, así como el respeto y reconocimiento del valor de la diversidad. En este sentido, en este eje de Docencia y Formación se incidirá en acciones que redunden en la formación cultural de los estudiantes durante sus años en la Universidad de Almería.

Objetivo estratégico

2. 3. C. Integrar la cultura como elemento transversal de la formación.

Estrategias:

- > Incorporar al expediente académico de los estudiantes los logros en actividades culturales.
- > Impulsar programas formativos para estudiantes sobre temáticas culturales, de carácter artístico o divulgativo.
- > Promover programas formativos de gestión cultural para el fomento de la cultura y el desarrollo de empresas creativas.

2023. Acciones

1. Realizar una propuesta de acciones de mejora de la convocatoria de Ayudas de Extensión.

2. Incrementar la oferta de actividades culturales del PASAPORTE CULTURAL ofertadas por los servicios de la UAL con el fin de facilitar el reconocimiento académico de los estudiantes.

3. Revisar el plan de comunicación diseñado para difundir el PC entre la comunidad universitaria (usuarios y responsables).

4. Incluir en la app de Universidad la cabecera del Pasaporte Cultural.

5. Diseñar un programa de voluntariado cultural para los estudiantes.

6. Revisar la adquisición y certificación de competencias en las actividades de Extensión (cultura y cursos de verano).

INDICADORES

Indicador	Valor meta	Responsable
Número de actividades incluidas en el Pasaporte Cultural organizadas por otros servicios de la UAL	5	



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

2024. Acciones

1. Implantar un Plan de Formación para el personal que por su puesto de trabajo tenga una mayor implicación en la gestión cultural de la UAL.
2. Diseño y organización de un curso/s de experto en gestión cultural.
3. Crear e implantar un programa de voluntariado cultural entre los estudiantes.
4. Desarrollar y ejecutar acciones para promover el estudio y conservación del patrimonio cultural de la UAL.
5. Crear e implantar itinerarios formativos específicos para los estudiantes en el PC.

INDICADORES

Indicador	Valor meta	Responsable
Número de cursos de formación en gestión cultural para el personal impartidos	1	
Número de estudiantes participantes en el programa de voluntariado cultural	5	
Número de estudiantes participantes en itinerarios formativos específicos	10	

4. EJE ESTRATÉGICO 3. INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA

En nuestros días las universidades deben establecer un diálogo continuo con muchos y muy variados públicos de interés. De una adecuada comunicación se derivan activos, como una buena imagen y reputación, que, aunque intangibles, tiene un enorme valor estratégico para las universidades. De hecho, la comunicación ayuda a las instituciones de educación superior a mostrar lo que son y lo que pretenden, y contribuye a construir tanto su imagen corporativa como la de los títulos y servicios que ofrece. En esta línea, la divulgación científica de los resultados de investigación se ha convertido en una herramienta esencial para visibilizar la Universidad y para mejorar su posicionamiento e imagen en la sociedad.

Objetivo estratégico

3. 3. C. Incrementar la oferta de actividades y la cultura científica en la comunidad universitaria y la sociedad.

Estrategias:

> Aprobar un plan anual de divulgación científica en el que se recojan todas las acciones previstas por los distintos organismos de la UAL o aquellas en las que participan o colaboran.

> Impulsar el desarrollo de acciones y eventos de divulgación científica que potencien el conocimiento que la sociedad tiene de la ciencia y los científicos.

> Promover mecanismos de coordinación horizontal entre los diferentes servicios y unidades de la UAL con responsabilidad en el ámbito de la divulgación científica.

2023 y 2024. Acciones

El Plan estratégico de comunicación 2021-2023 de la UAL, elaborado en línea con el *Plan estratégico de la Universidad de Almería*, recoge como objetivo 3.2. "Dar mayor visibilidad a la divulgación y comunicación científicas", incluyendo tres **estrategias**:

- > Promover acciones formativas e informativas dirigidas a los investigadores de la UAL, que potencien la transferencia de conocimiento y la divulgación científica.
- > Impulsar el desarrollo de eventos de divulgación científica que generen interés social.
- > Potenciar la difusión de las actividades de divulgación y comunicación científicas a través de su integración en un plan anual de medios.

Asimismo, el citado objetivo está vinculado a tres **indicadores**:

- > Número de acciones y eventos de divulgación científica realizados.
- > Número de acciones de divulgación científica recogidas en el plan anual de medios.
- > Informe de impacto en medios de comunicación.

El Aula de divulgación científica, creada en septiembre de 2020, el Plan anual de divulgación científica, cuya segunda edición se presentó en noviembre de 2022, y el plan anual de medios, que define cada ejercicio las acciones a realizar con los distintos medios de comunicación, configuran el marco de actuación para el desarrollo del objetivo y estrategias señalados y, en consecuencia, para el establecimiento tanto de las acciones llevadas a cabo hasta ahora como las que se llevarán a cabo en los próximos años.

Los informes ejecutivos vinculados al Plan estratégico de comunicación de la UAL y al Plan anual de divulgación científica aportan detalle de las acciones y eventos de divulgación científica realizados anualmente, así como de los indicadores de resultados, lo que permite hacer un adecuado seguimiento del grado de cumplimiento del objetivo estratégico 3.3.C.

5. EJE ESTRATÉGICO 4. IMPACTO EN EL ENTORNO

Las universidades tienen que ser capaces de conectar su actividad con su entorno con el fin de contribuir al avance de la sociedad. Los valores culturales constituyen elementos fundamentales para el fortalecimiento de la imagen y reputación de las instituciones de educación superior en su entorno y para fomentar el sentimiento de pertenencia de los miembros de la comunidad universitaria. Por este motivo, la Universidad de Almería, en estos últimos años ha apostado de manera indiscutible por la cultura, tal y como se puede comprobar por el elevado número de acciones que se han ido realizando a lo largo de estos años y que constituyen una referencia no solo para nuestra institución sino también para la ciudad y la provincia.

Objetivo estratégico

4. 5. C. Enriquecer la vida cultural de los ciudadanos de nuestro entorno.

Estrategias:

- > Abrir la política cultural y la programación de actividades de la UAL a la sociedad.
- > Fortalecer las alianzas estratégicas existentes, y crear nuevas, con instituciones públicas y privadas y con organizaciones de la sociedad civil, para promover actividades de extensión universitaria.
- > Promover la creación de actividades y contenidos de extensión universitaria en formato virtual.

2023. Acciones

1. Diseñar e implementar un plan de actuación para la captación de fondos a través de patrocinio externo y mecenazgo en las actividades culturales para la conservación y restauración del patrimonio de la Ual.

2. Revisar y actualizar, en su caso, la web de patrimonio con nuevos contenidos y herramientas.

3. Realizar un análisis de la participación de la UAL en los proyectos culturales diseñados en colaboración con entidades externas.

4. Diseñar y ejecutar actividades de investigación, artísticas, culturales y de extensión universitaria con la participación de las personas mayores.

5. Diseñar un programa para visibilizar las colecciones universitarias.

INDICADORES

Indicador	Valor meta	Responsable
Número de acciones llevadas a cabo para la captación de fondos a través de patrocinio externo y mecenazgo en las actividades culturales para la conservación y restauración del patrimonio de la Ual	1	
Incrementar los fondos virtuales para visibilizar el patrimonio de la Ual	4	
Número de actividades culturales diseñadas en colaboración con entidades externas en las que hemos participado	3	
Número de personas de la comunidad universitaria que han participado actividades culturales diseñadas en colaboración con entidades externas	20	
Número de visibilizaciones en RRSS y otros medios de comunicación	10 notas y entradas en RRSS	



INDICADORES (Continuación)

Indicador	Valor meta	Responsable
Número de actividades culturales realizadas con participación de mayores	15	
Número de actividades de investigación realizadas con participación de mayores	2	
Número de actividades de extensión universitaria realizadas con participación de mayores	3	
Número de personas mayores participantes en actividades de investigación, artísticas, culturales y de extensión universitaria	100	
Número de colecciones visibilizadas a través de canales online y offline	4	
Número de exposiciones realizadas de los fondos patrimoniales de la ual	4	
Número de vídeos de las exposiciones realizadas	2	

2024. Acciones

1. Diseñar e implantar un plan de voluntariado para el programa "Universidad de Mayores".
2. Mantener vigentes las campañas de envejecimiento activo, en coordinación con los responsables de deportes y universidad saludable.
3. Desarrollar e implementar eventos organizados en colaboración con la Asociación de Antiguos Alumnos y Amigos.
4. Elaborar y difundir notas y ruedas de prensa y publicaciones en RRSS que pongan en valor la labor que desarrolla la UAL en el ámbito de la solidaridad intergeneracional y la promoción del envejecimiento activo, como piezas relevantes de su responsabilidad social corporativa.
5. Realizar acciones de difusión, traducción de contenidos, etc., para impulsar la internacionalización de la oferta de actividades de extensión cultural.



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

INDICADORES

Indicador	Valor meta	Responsable
Número de personas mayores que acceden a actividades deportivas de envejecimiento activo	20	
Número de notas de prensa en el ámbito de la solidaridad intergeneracional y la promoción del envejecimiento activo	2	
Número de ruedas de prensa en el ámbito de la solidaridad intergeneracional y la promoción del envejecimiento activo	2	
Número de entradas en RRSS en el ámbito de la solidaridad intergeneracional y la promoción del envejecimiento activo	4	
Porcentaje de eventos organizados junto con la Asociación de Antiguos Alumnos y Amigos	3%	
Porcentaje de Antiguos Alumnos y Amigos que asisten a las actividades culturales	20%	
Porcentaje de alumnos internacionales respecto del total que asisten a las actividades culturales	10%	
Número de notas de prensa y/o anuncios en medios de comunicación internacionales	4	

6. EJE ESTRATÉGICO 5. CAMPUS E INFRAESTRUCTURAS

La dotación de unos espacios y servicios adecuados en la universidad constituyen una pieza fundamental para el desarrollo y mejora de la calidad de las actividades que se realizan en ella. Por otra parte, la dotación de unos buenos servicios de apoyo a la comunidad universitaria para actividades culturales es clave no solo para construir el mejor de los entornos en el que han de desarrollarse nuestras funciones como institución de educación superior sino también para dar a conocer la Universidad de Almería a la ciudadanía. La Universidad de Almería hace una apuesta decidida para la realización de actividades culturales en diferentes espacios del Campus, entre los que cabe destacar el Paraninfo, la Sala de Exposiciones y el futuro edificio de Usos múltiples

Objetivo estratégico

5. 1. C. Aumentar la presencia de la sociedad y la comunidad universitaria en los eventos culturales de nuestro campus

Estrategias:

- > Promover nuevas actividades y eventos en la programación cultural que se celebran en el campus e intensificar la capacidad de presencia en los actuales.
- > Impulsar la planificación y la coordinación para el uso de las infraestructuras universitarias, en general, y los espacios culturales, en particular, como elementos vertebradores de la vida universitaria en el campus.
- > Desarrollar acciones de sensibilización y comunicación que den visibilidad y proyección a las actividades culturales para favorecer y reforzar el vínculo de la sociedad almeriense con el patrimonio científico, artístico y cultural del campus.

2023. Acciones

1. Revisar y, en su caso, actualizar el plan de comunicación para visibilizar la vida cultural universitaria en nuestro entorno

INDICADORES

Indicador	Valor meta	Responsable
Número de eventos culturales celebrados en el campus	2	
Porcentaje de personas externas a la Ual que asisten a eventos culturales celebrados en el campus	200	



UNIVERSIDAD
DE ALMERÍA

2024. Acciones

1. Revisar las herramientas de comunicación con la comunidad universitaria para implementar mejoras

INDICADORES

Indicador	Valor meta	Responsable
Número de notas de prensa realizadas relacionadas con la programación cultural	5/mes	
Número de actividades incluidas en la agenda de Ual	4/mes	
Número de ruedas de prensa y presentaciones organizadas para la presentación de eventos culturales (1/mes)	12	
Número de notas de prensa traducidas y enviadas a redes internacionales	3	
Número de informes elaborados sobre impacto de la oferta cultural en medios provinciales y nacionales	4	