

NOTA DE PRENSA

La UAH genera 166 euros por cada 100 de su presupuesto, según el estudio ‘El valor social de la Universidad de Alcalá’

- El estudio, presentado hoy, muestra que invertir en la Universidad es una de las acciones más rentables para la sociedad madrileña.

Alcalá de Henares, 17 de mayo de 2023

El Salón de Actos del Rectorado de la Universidad de Alcalá (UAH) ha acogido hoy la [presentación del estudio ‘El valor social de la Universidad de Alcalá’](#), auspiciado por su [Consejo Social](#) y elaborado por un grupo de investigadores del [Instituto Universitario de Análisis Económico y Social de la Universidad](#) (IAES).

El acto ha estado presidido por el rector de la Universidad de Alcalá, José Vicente Saz, y el presidente del Consejo Social de la UAH, Joaquín Leguina. Junto a ellos, Rubén Garrido, director del IAES, ha sido el encargado de presentar el informe.



EL VALOR SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE ALCALÁ

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio, elaborado a partir de datos del año 2019 -por tanto, previos a la pandemia- aporta cifras e información sobre una realidad conocida por todos, pero que muchas veces no trasciende en términos de contribución.

El valor social es un ejercicio de [estimación de la aportación que realiza la Universidad de Alcalá a sus distintos grupos de interés](#), fruto de su compromiso con la formación de ciudadanos responsables, la investigación de calidad, la promoción de la economía local, la mejora del bienestar y la cohesión social, la sostenibilidad y la promoción de la cultura.

En el año 2019, dicha [contribución](#) de la Universidad de Alcalá se cifró en [270 millones de euros](#). De este resultado se desprende que [la Universidad genera 166 euros por cada 100 euros de su presupuesto](#), lo que supone que su rentabilidad social es del 66 por ciento. Si solo

atendemos a las subvenciones públicas recibidas, la UAH genera con sus actividades un valor que multiplica por 2,7 las transferencias que recibe.



Impacto en la comunidad universitaria

Los datos que ofrece el estudio son resultado de la suma del valor social que la UAH genera para sus distintos grupos de interés: estudiantado y antiguos alumnos (*alumni*), su personal docente e investigador y de administración y servicios, empresas y otras instituciones, administraciones públicas y el conjunto de la sociedad.

Con más de 98 millones de euros, [el estudiantado es el colectivo que más valor recibe de la Universidad](#). Los esfuerzos por mejorar el acceso, la gestión de todo tipo de ayudas y becas (incluidas las destinadas a estudiantes afectados por situaciones socioeconómicas desfavorables) o la atención a la diversidad son dimensiones clave que justifican dicho valor, así como las acciones dirigidas a la realización de prácticas, la orientación en primeras experiencias profesionales que derivan en notables tasas de inserción profesional. Solo en este ámbito de la incorporación al mercado laboral, los [recientes egresados y alumni](#) de la Universidad consiguen una prima salarial que en los cuatro primeros años ronda los 9.000 euros por persona, lo que muestra que la decisión de llevar a cabo estudios universitarios es rentable desde un punto de vista social y personal.

Asimismo, la UAH ofrece acceso a una [investigación](#) de calidad, con un gran número de grupos de investigación, que hacen transferencia con empresas a través de más de 30 cátedras de patrocinio y mecenazgo y 250 contratos de investigación gestionados con la Universidad; a ello se une un acceso al talento universitario en forma de prácticas del estudiantado o graduados bien formados, que permiten entender un valor de más de 60 millones, a los que hay que sumar otros cerca de 20 millones del valor económico que genera la Universidad a través de sus proveedores, posicionándola como una de las empresas más grandes del Corredor del Henares.

Importante retorno a la sociedad

Las universidades, sin embargo, no solo aportan beneficios derivados de sus actividades propias, como son la docencia o la investigación. Resulta muy destacable el impacto que generan en la sociedad [otras actividades que no se encuentran entre las principales misiones universitarias](#), pero que, sin duda, el estudio pone en valor de manera sobresaliente. El acceso al conocimiento y a infraestructuras básicas, como bibliotecas y otros servicios de soporte, generan un valor de 40 millones de euros.

El [acceso a la cultura](#), en forma de actividades en los museos universitarios, el Real Jardín Botánico, los cursos de extensión o la Universidad de Mayores, es también una seña de identidad de la Universidad con un valor que supera el millón de euros.

A su vez, el compromiso con la [sostenibilidad](#) – en todas sus manifestaciones – genera un valor evidente para los colectivos más desfavorecidos y, también, para el medio ambiente. Las políticas de sostenibilidad ambiental no solo sitúan a la Universidad de Alcalá como segunda más sostenible de España y la número 32 del mundo ([Ranking GreenMetric 2022](#)), sino que permiten generar un

valor de más de 4,5 millones de euros en términos de mejoras en la eficiencia energética y la reducción de la huella de carbono.

El compromiso con el [patrimonio](#) se manifiesta también en una inversión constante en los edificios del campus histórico, que recibieron 3 millones de euros para su conservación en 2019.

Finalmente, el estudio también calibra el retorno inmediato que la Universidad de Alcalá genera en forma de [impuestos](#). Sin tener en cuenta que la actividad universitaria consigue mejorar la formación de las personas y sus salarios, con el consecuente impacto fiscal y dejando a un lado también el impacto en los tributos y tasas locales, la Universidad genera una base fiscal que devuelve, en forma de impuestos, 27 euros por cada 100 que recibe de financiación pública.

En definitiva, el estudio confirma que [invertir en la Universidad en general y, particularmente, en la Universidad de Alcalá es una de las decisiones más rentables que la sociedad madrileña puede tomar.](#)

- [Acceso al informe completo e infografías a través de este enlace](#)
- [Recursos para los medios](#)

Contacto

Departamento de Comunicación Institucional
91-885 40 67 prensa@uah.es

Plaza de San Diego, s/n · 28801 · Alcalá de Henares · Madrid