

## 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](mailto:prensa@uah.es)

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