

PRIMERA APROXIMACIÓN AL VALOR SOCIAL INTEGRADO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA 2023

COORDINACIÓN GENERAL PARA EL FORTALECIMIENTO ACADÉMICO Y VINCULACIÓN

AGOSTO 2024



Cuantificación del Valor Social de la Universidad Autónoma Metropolitana

Analizar y cuantificar el valor social actual, 2023, a través del análisis de diferentes dimensiones, actividades y aportaciones a la sociedad que ejerce la UAM al cumplir con su misión.

1. La UAM ha llevado a cabo un estudio para cuantificar su Valor Social Integrado, utilizando una metodología desarrollada por Ayuso et al., 2017.

2. El estudio revela el impacto positivo de la UAM a la sociedad mexicana, abarcando aspectos como la formación de profesionales, la generación de conocimiento, el beneficio económico directo e indirecto por su actividad y el retorno económico a las haciendas públicas.

3. Este análisis, pionero en México, evalúa el impacto socioeconómico de la UAM y la contribución específica de sus cinco unidades universitarias: Azcapotzalco, Cuajimalpa, Iztapalapa, Lerma y Xochimilco.

4. Los resultados demuestran el papel crucial de la UAM como institución de educación superior en el desarrollo social y económico del país, generando simultáneamente riqueza y bienestar.

Metodología y Alcance del Estudio

Ayuso, et al., 2017

La metodología de Cuantificación del Valor Social Integrado (VSI), desarrollada por Ayuso et. al., 2017, se basa en el paradigma de la contabilidad social, que combina un análisis cualitativo y cuantitativo a través de sus diferentes fases de desarrollo.

Este enfoque innovador busca valorar de manera integral el impacto social generado por una organización, en este caso la UAM, considerando aspectos tangibles como intangibles.

Análisis del valor social integrado de una universidad pública
Una aproximación al caso de la Universidad Pompeu Fabra

Silvia Ayuso
Pablo Sánchez
José Luis Retolaza

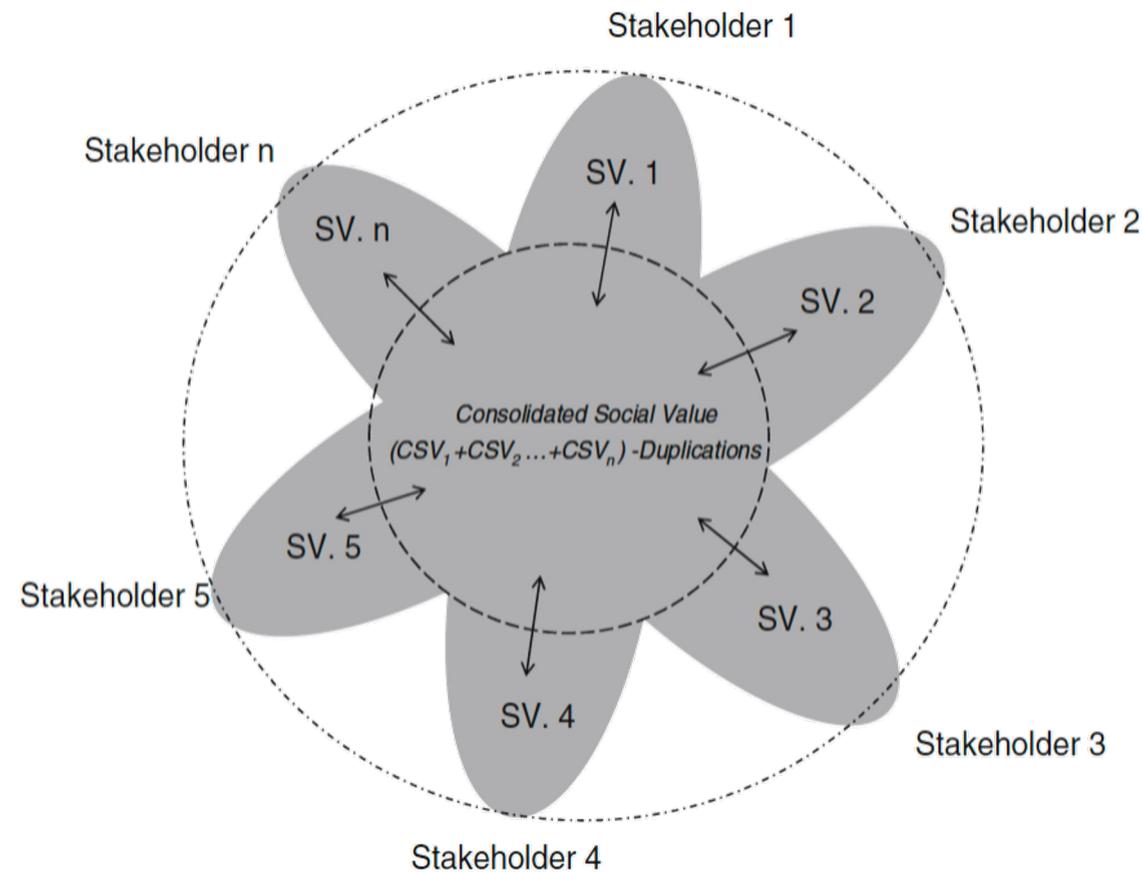
Documento de trabajo nº 24
Julio 2017

RSC Cátedra MANGO

Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa

ESCI upf Universidad Pompeu Fabra Barcelona

Modelo poliédrico – SPOLY (lógica difusa o teoría de conjuntos borrosos)



Teoría de los stakeholders
(Freeman, 1984)

*“...el resultado de una actividad solo se transforma en un valor cuando hay alguien que lo valora.”
(Retolaza et. al., 2014)*

Cálculo del Valor Social Integrado



Proceso de Monetización

Fase 1: Identificación de Grupos de Interés-Beneficiarios

- Creación de un mapa detallado de grupos de interés-beneficiarios.

Fase 2: Variables y Matriz de Intereses

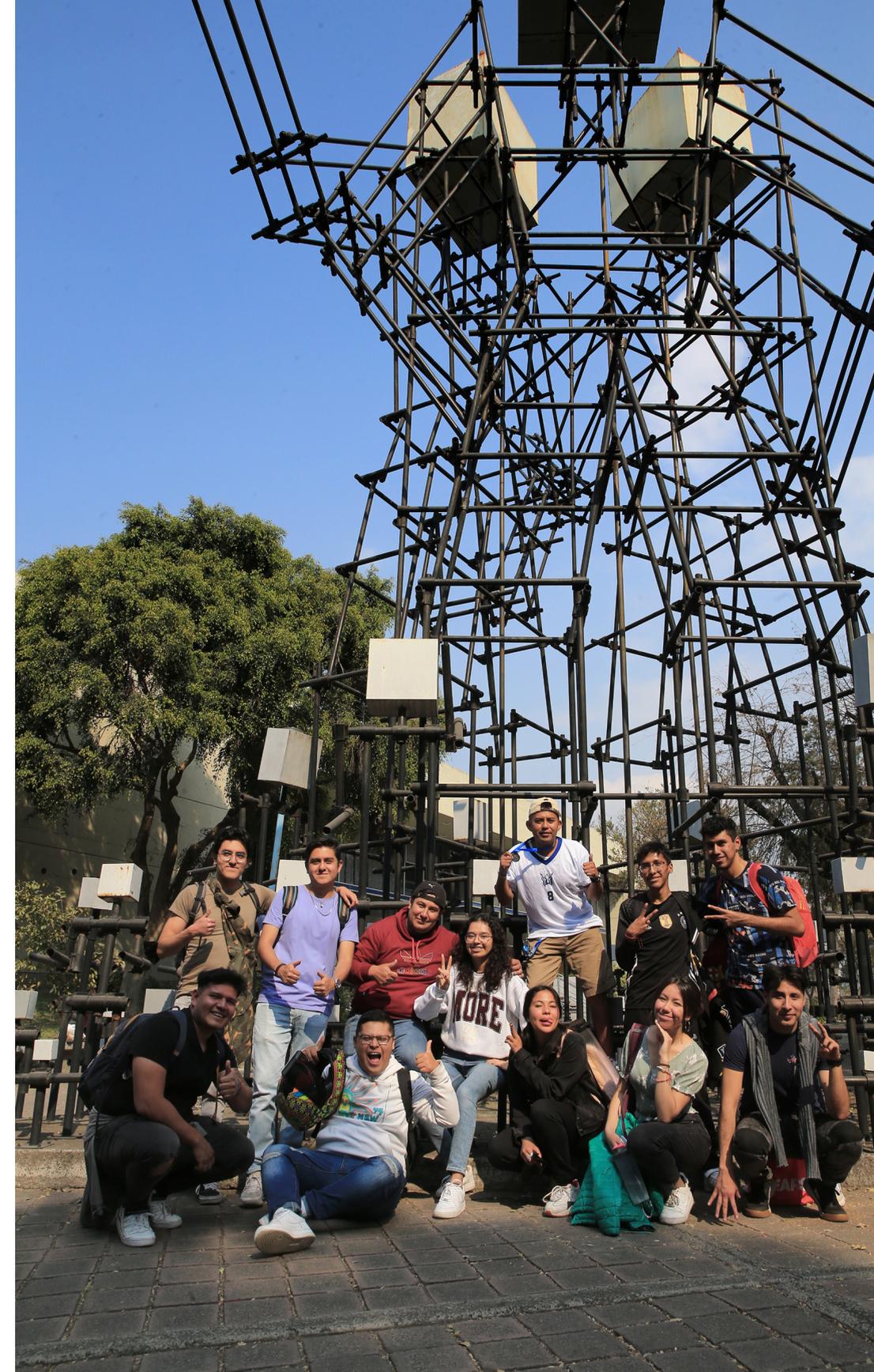
- Realizar entrevistas a integrantes de los grupos de interés - beneficiarios e identificar las variables de valor.
- Identificación y redefinición de variables de valor en una matriz de intereses.

Fase 3: Monetización y definición de PROXIES

- Identificación y cuantificación de “producto-resultado”, así como la identificación de “entrada-insumo” con costo social o área de oportunidad.
- Identificación de proxies, creación de algoritmos de cálculo y cuantificación del valor monetario de cada “producto-resultado”.

Fase 4: Cálculo y visualización del Valor Social Integrado

- Cuantificar valores particulares, compartidos y duplicados, así como el valor integrado.





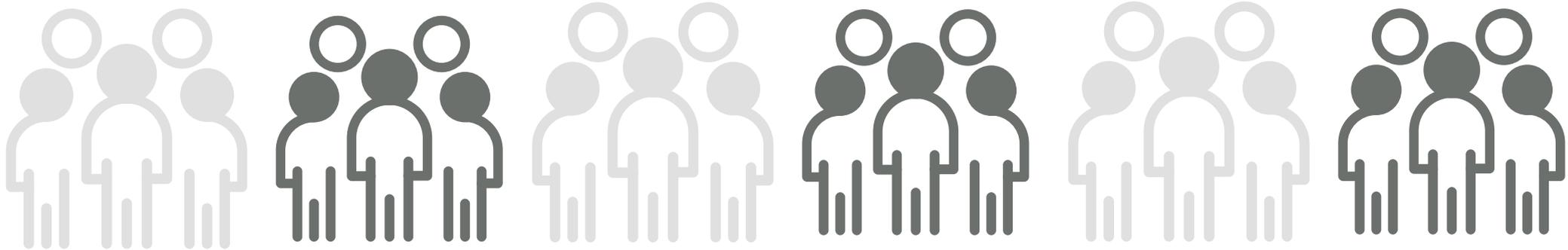
Fase 1. Identificación de Grupos de Interés - beneficiarios

- Identificar actores clave.
- Involucrados y grupos de interés - beneficiarios.
- Elaborar el mapa de grupo de interés - beneficiarios.

Identificación de los principales grupos de interés – beneficiarios de la UAM

1	Alumnado
2	Personas egresadas o tituladas
3	Personas educadas en la UAM (aquellos que cursaron al menos un trimestre)
4	Familiares del alumnado
5	Personal académico
6	Personal administrativo
7	Proveedores y empresas de servicios contratados

8	Dependencias del Sector Público
9	Otras instituciones de educación media superior y superior
10	Instituciones y entidades sociales
11	Empresas públicas y privadas
12	Medios de comunicación
13	Entorno social
14	Extensión Universitaria





Fase 2. Variables y Matriz de Intereses

- Realizar entrevistas con los grupos de interés - beneficiarios e identificar las variables de valor percibidas.
- Elaborar la matriz de intereses.

Identificación de las variables de valor percibidas en las entrevistas a profundidad (n=37)

Categoría	Variable de valor
Apoyo a proyectos de la sociedad	Co-financiación de proyectos sociales
	Aportación de voluntarios a proyectos sociales
	Aportación de alumnado en prácticas
Formación de ciudadanos comprometidos, participativos y socialmente responsables	Apoyo a la formación internacional del alumnado
	Actividades de cultura y de interés general para la comunidad universitaria
	Servicios de cultura y de interés general abiertos al público
Transferencia del conocimiento	Colaboraciones/alianzas en proyectos de investigación
	Innovación y desarrollo
	Evidencias de impacto de la investigación
Ventajas para la comunidad universitaria	Beneficios sociales para personal UAM
	Facilidades para la movilidad internacional de personal académico
	Servicios y actividades a menor precio
	Descuentos en servicios y productos (credencial de egresados UAM y credencial del alumnado)
Formación de profesionales cualificados	Formación académica del alumnado
	Apoyo a alumnado con necesidades específicas
	Descuentos para la formación académica
	Empleabilidad/Acceso a talento profesional
	Apoyo en la búsqueda de empleo
Impacto urbanístico y dinamización del entorno	Dinamización comercial del entorno (barrios de los campus universitarios)
Investigación	Generación de conocimiento
	Servicios de apoyo a la docencia y la investigación



Fase 3.

Monetización de las variables

- Identificar “entradas-insumos”, “productos-resultados” sociales y proxies que permitan la monetización de las variables de valor.
- Elaborar la tabla de valoración.

Matriz de intereses resultante de los grupos de interés-beneficiarios

Categorías	Variables de valor	Alumnado	Personas educadas en la UAM (1 trimestre)	Familiares del alumnado	Personas egresadas o tituladas	Personal académico	Personal administrativo	Proveedores y empresas de servicios contratados	Empresas públicas y privadas	Dependencias del Sector Público	IES E IEMS	Instituciones y entidades sociales	Entorno social	Medios de comunicación	Extensión Universitaria	
		1. Formación de profesionales cualificados	1.1 Formación académica de estudiantes													
1.2 Apoyo a estudiantes con necesidades específicas																
1.3 Descuentos para la formación académica																
1.4 Empleabilidad/ Acceso a talento profesional																
1.5 Apoyo en la búsqueda de empleo																
1.6 Formación de colectivos específicos																
2. Formación de ciudadanos comprometidos y participativos	2.1 Formación integral*															
	2.2 Interconexión de talentos (creación de redes)															
	2.3 Apoyo a la formación internacional de estudiantes															
	2.4 Actividades de interés general para la comunidad universitaria															
	2.5 Servicios de interés general abiertos al público															
3. Investigación	3.1 Generación de conocimiento															
	3.2 Servicios de apoyo a la docencia y la investigación															



Fase 4. Cálculo y Visualización del Valor Generado

- Cuantificar valores particulares, compartidos y duplicados, así como el valor integrado.
- Visualizar en gráficos de valor.

Valor Social por Actividad Económica (VES)

Descripción	Resultado
Valor social por actividad económica directa (impacto directo)	8,338
Valor social por actividad económica indirecta (proveedores de explotación)	163
Valor Social por la Actividad Económica	8,501

Valor Social por la Actividad Económica directa*

Impacto económico directo generado por la actividad de la UAM.

- Salarios.
- Seguridad Social (ISSSTE).
- Impuesto de la Renta (ISR).
- Amortizaciones
- IVA

VES directo

Valor Social por la Actividad indirecta*

Impacto económico indirecto generado por la actividad de la UAM..

- Proveedores

VES indirecto

Valor Social por la Actividad Económica

Consolida el valor generado por la actividad económica directa e indirecta de la UAM.

VES

Retorno a las Haciendas Públicas (R_VES)

Descripción	Resultado MDP
Retorno a las Haciendas Públicas por la actividad económica (R_VES)	1,049
Retorno a las Haciendas Públicas por valor económico social indirecto (R_VES_IP)	132
Retorno económico total de la UAM (R_VES + R_VES_IP)	1,181

MDP: millones de pesos

Valor Social Específico (VASE)

Variable de valor

Indicador

Proxy

Indicador correlacionado

Algoritmo

Valor monetario

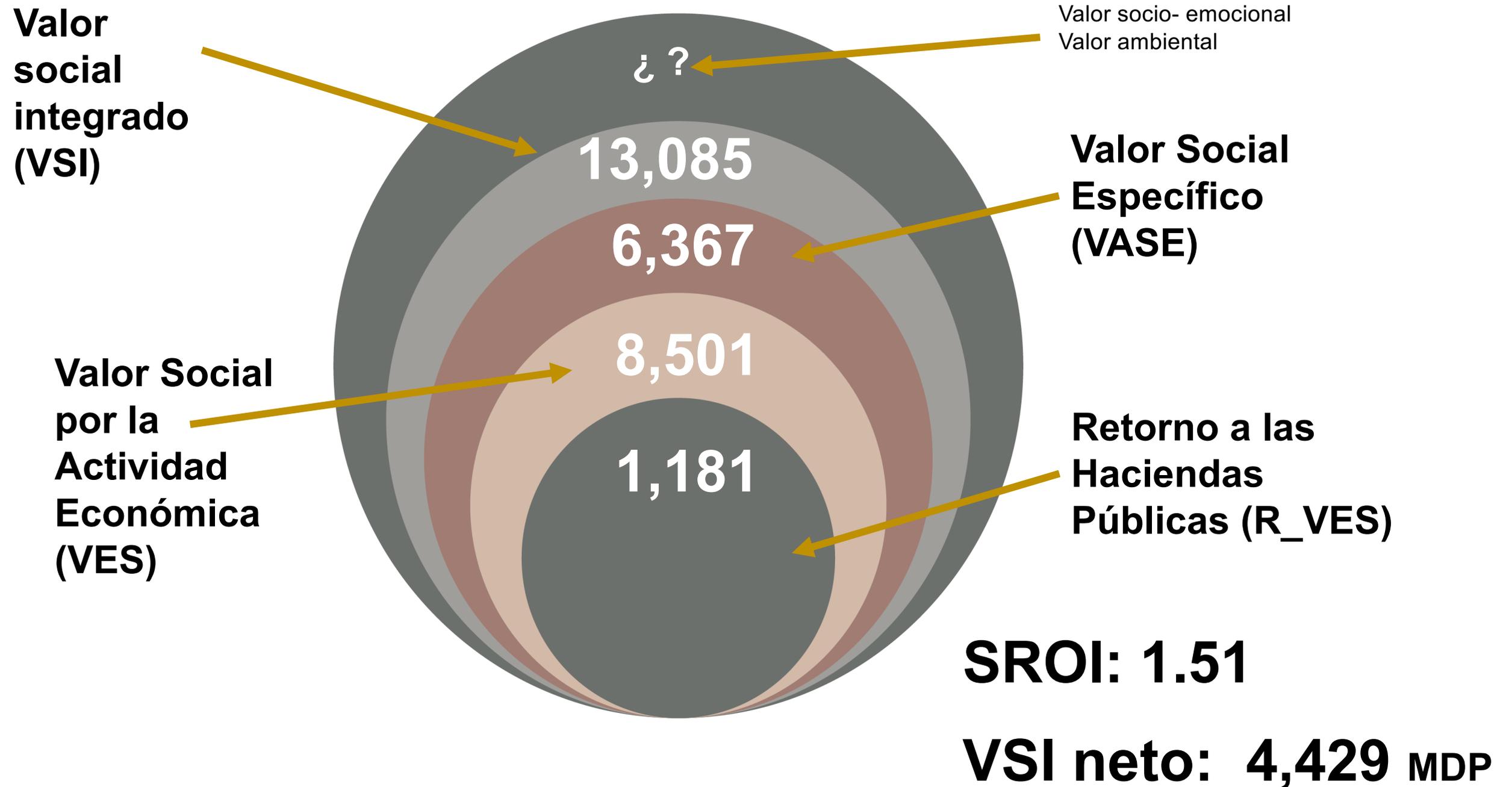
10 Principales variables de valor

Variable de valor	Valor monetario MDP
1. Formación académica del alumnado (licenciatura y posgrado)	5,252
2. Empleabilidad/Acceso a talento profesional	519
3. Apoyo en la búsqueda de empleo	239
4. Servicios y actividades a menor precio	106
5. Co-financiación de proyectos sociales	64
6. Generación de conocimiento	62
7. Colaboraciones/alianzas en proyectos de investigación	29
8. Aportación de voluntarios a proyectos sociales	28
9. Beneficios sociales para personal UAM	18
10. Apoyo a la formación internacional del alumnado	12
...	.
Valor Social Específico (VASE)	6,367

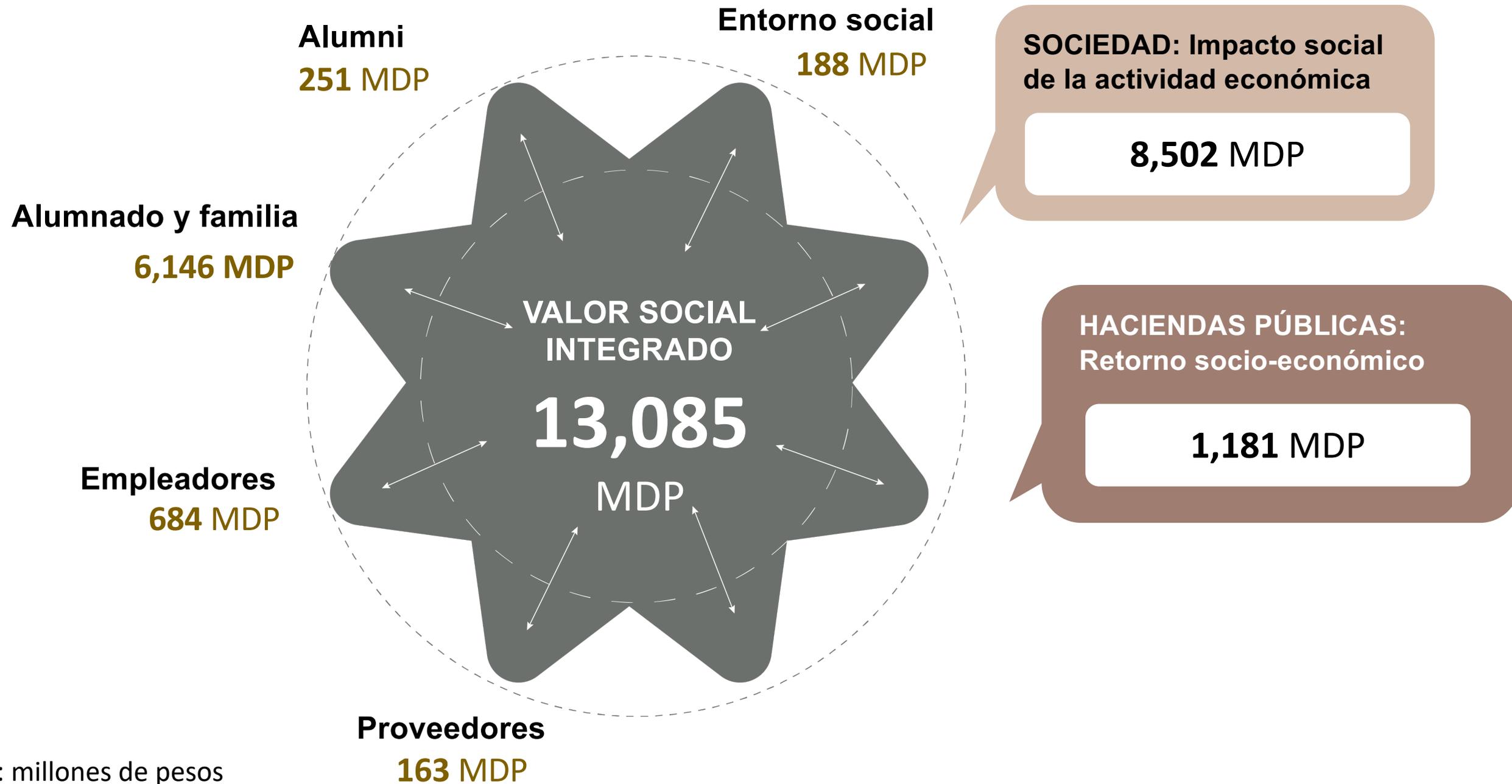
Estimación del Valor Social Integrado de la UAM 2023

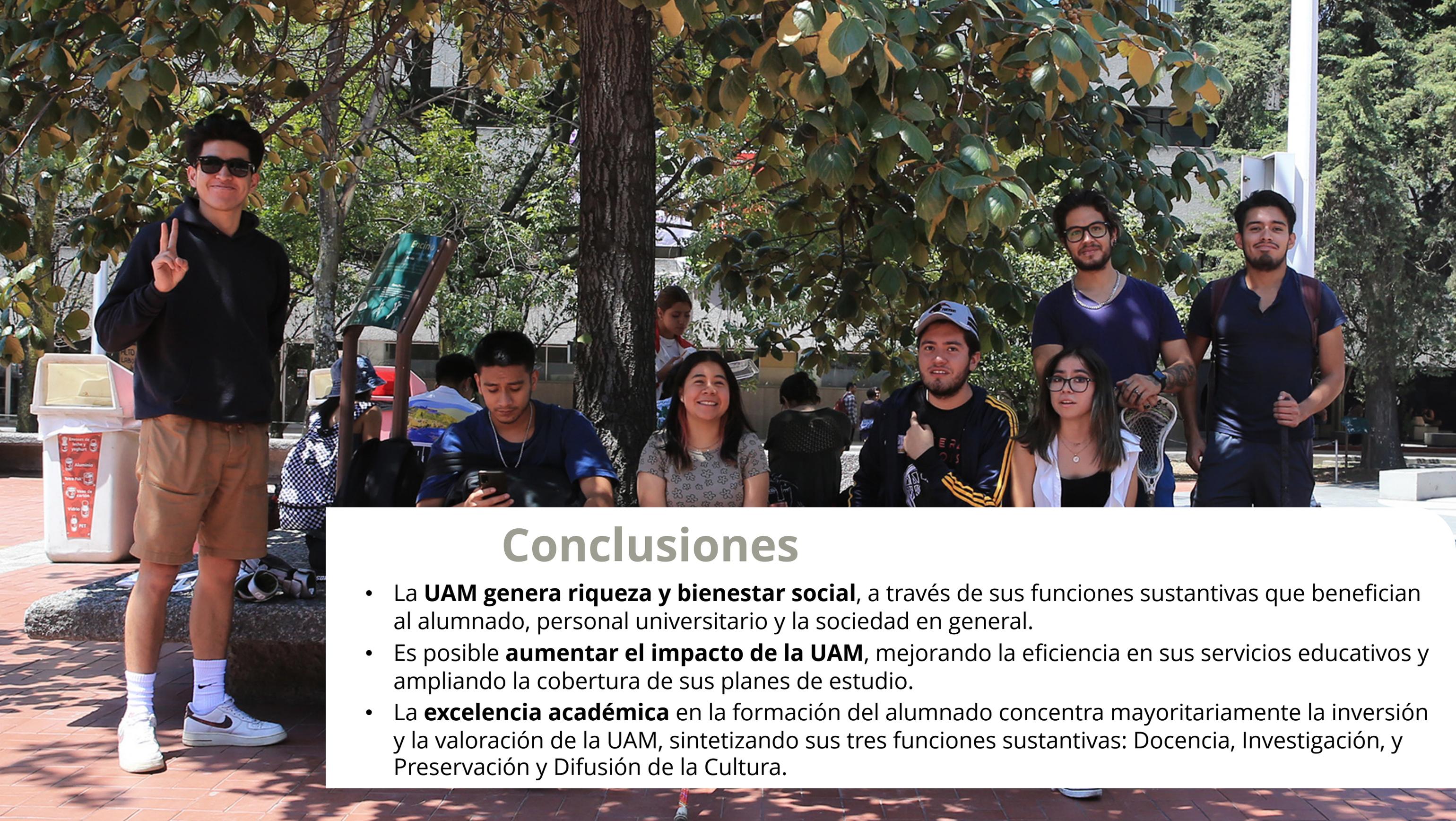
RESULTADO MDP	Retorno económico	Valor social por la actividad Económica	Valor social específico	Valor social consolidado
	(R_VES)	(VES)	(VASE)	
Impacto directo de la actividad económica (VES)	1,049	8,338	-	8,338
Impacto indirecto de proveedores de explotación (VES_IP)	132	163	-	163
Valor social específico (VASE)	-	-	6,367	6,367
Valor duplicado en VES y VASE (12%)	-	-	-	-1,784
VSI bruto	1,181	8,501	6,367	13,085
Financiación pública (Subsidio federal)	-	-	-	8,655
VSI neto	-	-	-	4,429
SROI (Retorno Social de la Inversión)	-	-	-	1.51

Valor social integrado (VSI) por la UAM en el 2023



Modelo poliédrico de análisis del Valor Social Integrado aplicado a la UAM (2023)





Conclusiones

- La **UAM genera riqueza y bienestar social**, a través de sus funciones sustantivas que benefician al alumnado, personal universitario y la sociedad en general.
- Es posible **aumentar el impacto de la UAM**, mejorando la eficiencia en sus servicios educativos y ampliando la cobertura de sus planes de estudio.
- La **excelencia académica** en la formación del alumnado concentra mayoritariamente la inversión y la valoración de la UAM, sintetizando sus tres funciones sustantivas: Docencia, Investigación, y Preservación y Difusión de la Cultura.



PROF. DR. GUSTAVO PACHECO LÓPEZ
COORDINADOR GENERAL PARA EL
FORTALECIMIENTO ACADÉMICO Y VINCULACIÓN

IN CALLI IXCAHUICOPA
CASA ABIERTA AL TIEMPO

gpacheco@correo.uam.mx



[@lauammx](#)

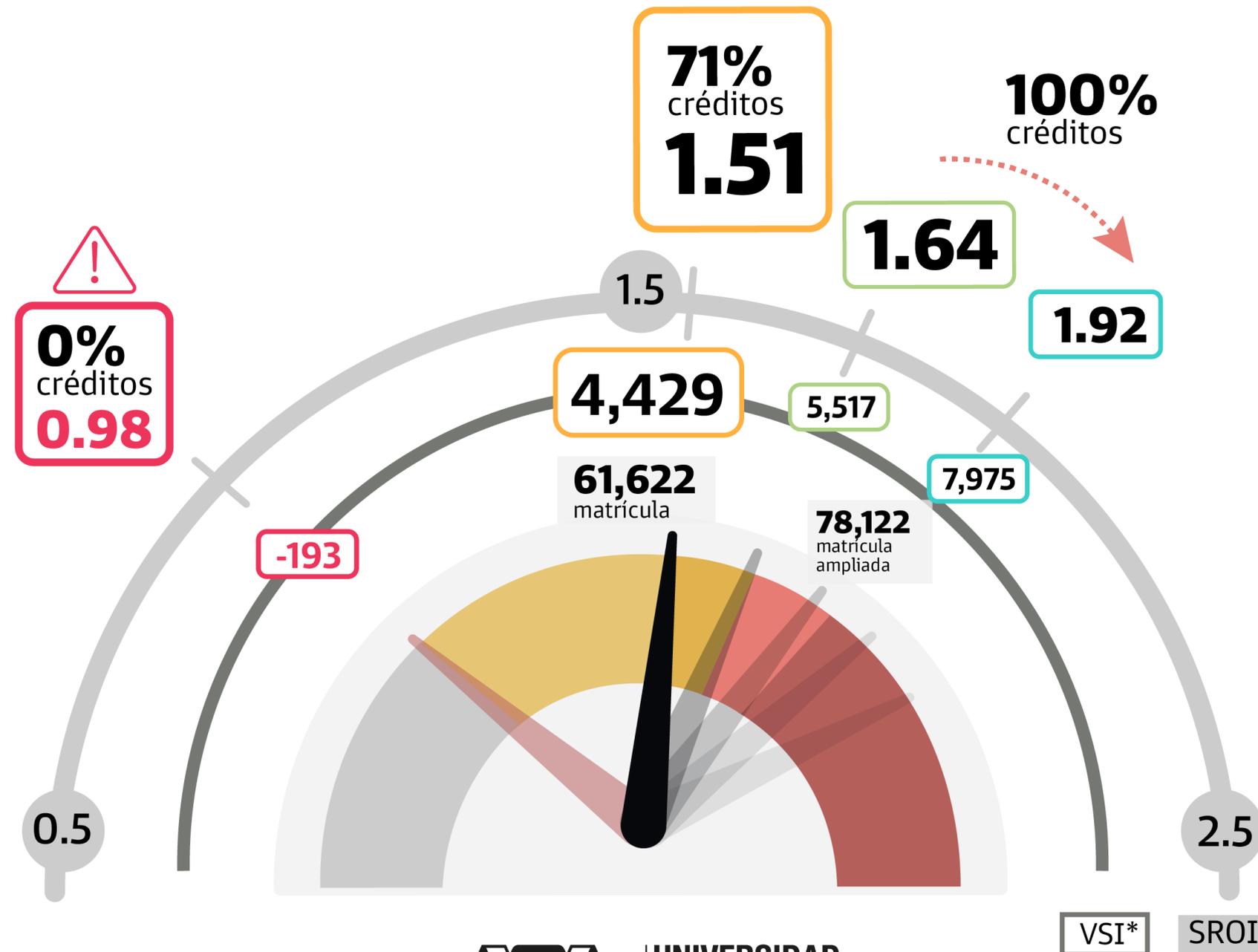
Informe de
actividades
2023



Infografía
Esto es la UAM

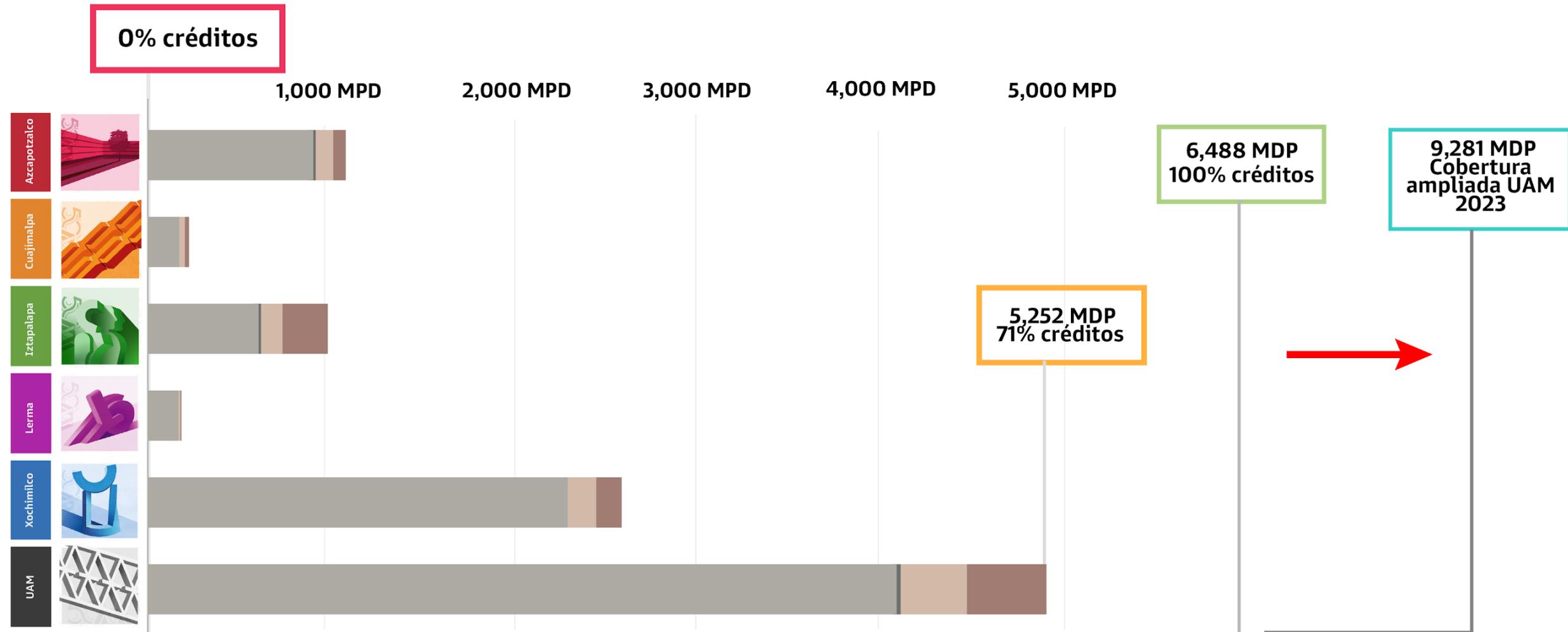


Rendimiento del valor social integrado - Docencia



*MDP: Millones de pesos
SROI: Social Return on Investment

Comparativo del valor de créditos superados del alumnado matriculado 2023



Nivel	UAM	Azcapotzalco	Cuajimalpa	Iztapalapa	Lerma	Xochimilco
Licenciatura	4,469	890	198	620	165	2,596
Especialidad	16	7	0	8	0	2
Maestría	349	99	16	120	4	109
Doctorado	419	56	14	249	3	97

MDP: Millones de pesos