

RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

Empresa evaluada

UNED CALATAYUD

CIF:Q5055011J

Avda. San Juan el Real, 1

50300 - Calatayud

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Consortio universitario del centro asociado a la UNED en Calatayud

02 - Dirección - CP - Población

Sede de Calatayud

Avda. San Juan el Real, 1, 50300, Calatayud (Zaragoza).

Extensión Universitaria de Caspe

C/ Francisco Guma, 35, 50700, Caspe (Zaragoza)

Aula Universitaria de Ejea de los Caballeros

Centro Cívico Cultural. Paseo del Muro, 22-24, planta 3. 50600, Ejea de los Caballeros (Zaragoza).

03 - Sector. Actividad

Educación superior

04 - Año comienzo actividad.

1975

05 - Número de personas empleadas

21

06 - Persona contacto

Luis Joaquín Simón Lázaro (Director)

07 - E-mail persona contacto

director@calatayud.uned.es

08.- Página web

<https://www.unedcalatayud.es>

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o

indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)

- **Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)**
- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1, Información adicional

Por nuestro carácter de consorcio universitario perteneciente al sector público, el contexto político es clave para nuestra actividad. Forman parte del consorcio como patronos varias administraciones de diferentes ámbitos (regional, provincial, local...), por lo que el desarrollo de nuestra actividad se ve influido por los intereses legítimos de todos los patronos, cuidando las relaciones con cada uno de ellos.

Es relevante la respuesta que nuestro principal patrono, la UNED, elabora frente a los diversos contextos (educación para la sociedad, servicio público, misión social, adaptación a los retos educativos de la sociedad y el entorno) y la adaptación al ámbito local que desarrollamos en el centro asociado.

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

2.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

2.1. Información adicional

En el Plan de Gestión anual se incluye un subplan específico de Responsabilidad Social.

3.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales?

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

3.1. Información adicional.

No disponemos de un presupuesto global específico, sino que se asigna en función de los planes específicos que se decide abordar.

Por nuestro carácter de entidad perteneciente al sector público institucional, nuestro objetivo no es generar beneficio económico, sino ofrecer, en base a nuestra capacidad económica, el mayor valor de retorno a la sociedad.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

4.1. Información adicional

Realizamos una gestión específica de cada grupo de interés, en función de varias cuestiones, como el nivel de relación o influencia o la proximidad geográfica.

5.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

5.1. Información adicional

Los mecanismos para obtener información sobre las necesidades y expectativas de cada grupo de interés son diferentes en cada caso. Todavía debemos implementar mecanismos formales para algún grupo de interés.

Gobierno de la organización

6.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

Existe un código de conducta a disposición de todas las personas de la organización

6.1.. Información adicional.

Como consorcio universitario adscrito a la UNED, disponemos del Código de Conducta de la universidad.

Así mismo, disponemos de otros documentos adicionales, como por ejemplo, el manual de acogida de los PTs o el del PAS, que se entrega a todos los nuevos miembros de la organización, en los que se recogen derechos, obligaciones, misión, visión, valores..., así como se de acceso a las normativas regulatorias de nuestra actividad.

7.- ¿Existen vías o canales para comunicar posibles incumplimientos del código ético?

Sí, existen canales de denuncia, confidenciales de aplicación a todos los empleados

7.1. Información adicional

A nivel de universidad, disponemos la figura del Defensor del Universitario.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1 Información adicional

Nuestras misión, visión y valores se incluyen en varias localizaciones físicas de la organización, en nuestra web, en los manuales de acogida, así como se difunden en las presentaciones de la organización, tanto a cliente interno, como a cliente externo.

9.- ¿Existe un manual de prevención de riesgos penales y canales adecuados para comunicar la existencia de comportamientos no éticos dentro de la organización?. ¿Su organización participa de alguna forma en la cadena de valor de organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida?

La empresa desconoce si tiene obligación legal de implementar una manual de riesgos penales o si suministramos productos o servicios a grandes organizaciones afectadas por dicha Directiva, o bien no le aplica esta legislación.

9.1. Información adicional

-

Plan de Responsabilidad Social

10.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

10.1. Información adicional.

Tras varios años con iniciativas aisladas en materia de Responsabilidad Social, desde 2017 estamos adheridos al Plan de RSA y la obtención/renovación del sello RSA es un objetivo específico del Plan de Gestión.

Desde el Plan de Gestión de 2019, se contemplan como objetivos estratégicos la renovación de los sellos RSA y RSA+.

11.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

11.1. Información adicional.

Nuestro objetivo este año es mantener la adhesión al Plan de Responsabilidad Social de Aragón, así como al sello RSA+.

Para ello, trabajamos en varias líneas:

- Formación del PAS implicado,
- Adhesión formal al Plan RSA.
- Elaboración de la Memoria de RS.
- Procedimiento de renovación del sello RSA+.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

12.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

12.1. Información adicional

Se realizan cuestionarios de satisfacción anuales a clientes. Los resultados son accesibles públicamente a través del portal estadístico de la UNED.

13.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

13.1. Información adicional

Además de los cuestionarios anuales de satisfacción de estudiantes y de los bienales sobre los diferentes servicios (académicos, generales, etc.), y de los canales de participación formal a través de los órganos colegiados, hemos establecido otros que cuentan con la representación de todos los grupos de interés. Por ejemplo, la autoevaluación estratégica, en la que formamos un equipo de trabajo con miembros de los diferentes colectivos, detectando puntos fuerte y áreas de mejora que, a posteriori, recogemos en un plan plurianual.

Innovación en los productos y servicios

14.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

14.1. Información adicional.

Nuestra oferta de estudios se circunscribe a la oferta ofrecida por la sede central de la UNED y aprobada por la Junta Rectora (hay centros asociados que ofertan todos los estudios de la UNED, o algunos de ellos pero no todos; en nuestro caso, ofertamos todos los estudios reglados de la UNED).

La oferta de servicios que configuramos localmente corresponde a la actividad cultural y de extensión universitaria. En este sentido, se establece la actividad en un plan específico, revisando el cumplimiento de objetivos, satisfacción, adecuación oferta-demanda, intereses y expectativas de los distintos colectivos, etc.

Calidad de los productos y servicios

15.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

15.1. Información adicional.

Hay que distinguir la oferta académica ofrecida por la UNED y canalizada por la UNED de Calatayud como parte de su estructura académica. Respecto a la configuración de la oferta de la universidad, además de la propia normativa de ANECA (estableciendo SGICG, tanto en la universidad, como en los centros asociados), la UNED aplica diferentes sistemas para validar y garantizar la calidad de su oferta (por ejemplo, una revisión continua de la metodología a través del IUED).

16.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Se ofrece un servicio postventa integral

16.1. Información adicional.

Nuestros estudiantes disponen de la atención del centro asociado y del CAU de la UNED para poder resolver todas las cuestiones que surjan, tanto académicas, como administrativas, de orientación, etc.

Además, la universidad edita y publica el Boletín Interno de Coordinación Informativa, donde se informa puntualmente de la actualidad universitaria, así como de posibles errores detectados en la información a disposición del estudiante (guías de asignaturas y carreras...).

Así mismo, los nuevos estudiantes se integran en comunidades de acogida virtual (con coordinadores y mentores establecidos desde la sede central de la UNED) y disponen de un plan de acogida específico diseñado por el centro asociado (cursos cero o de nivelación, sesiones de bienvenida...).

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

17.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

17.1. Información adicional.

La información disponible para el estudiante en relación con la oferta académica (reglada y no reglada) cumple con los requisitos documentales de la ANECA, es decir, se proporciona información exhaustiva sobre cuantas cuestiones pudieran ser de interés para los estudiantes, tanto a nivel de titulaciones, como a nivel de asignaturas.

En cuanto a la actividad cultural y de extensión universitaria, ámbito en el cual no se dispone de una estructura genérica de documentación (como sí ocurre en el ámbito anterior), se proporciona información completa y puntual, accesible públicamente, a todas las personas interesadas, a través de los diferentes canales digitales del centro asociado (página web, redes sociales, boletín de correo electrónico).

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

18.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

18.1. Información adicional

Disponemos de encuestas de satisfacción del PAS y de los PTs, que se realizan de forma bienal. Además, los canales formales (Junta Rectora, Consejo de Centro, Claustro) también se usan para recabar información sobre el personal.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

19.- ¿Cómo se garantiza en su empresa el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultural)?

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la empresa.

19.1. Información adicional

La UNED, mediante su Oficina de Igualdad, elaboró en 2018 su I Plan de Igualdad.

El 7 de marzo de 2023, el Consejo de Gobierno de la UNED aprobó el II Plan de Igualdad, vigente en fecha actual.

Este plan es de aplicación, entre otros, a todo el personal técnico, de gestión y de administración y servicios de la UNED, por lo que nos resulta de aplicación.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

20.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

20.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de corresponsabilidad y conciliación personal, familiar y laboral, especificarlas.

Además de las licencias que indica la normativa, se ofrece flexibilidad horaria para optimizar el calendario laboral individual de trabajo, garantizando la prestación del servicio al usuario.

Formación y desarrollo profesional

21.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas

formativas

21.1. Información adicional.

Además de ofrecer la formación necesaria para el desarrollo de la estrategia, buena parte de las necesidades individuales de formación se detectan en el proceso de evaluación del desempeño.

22.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

22.1. Información adicional

El plan de evaluación del desempeño está implantado desde 2015.

Seguridad y Salud

23.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

23.1. Información adicional.

Se dispone de una zona de esparcimiento (cafetería) para el personal, que facilita además la conciliación en caso de ser necesario.

PROVEEDORES

Compras responsables

24.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

24.1. Información adicional

Se fomenta el consumo de producto local y de cercanía, aplicando en todo momento la normativa en materia de contratación vigente.

Clasificación y evaluación de proveedores

25.-¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

En la clasificación y evaluación de proveedores se tiene en cuenta el precio fundamentalmente y la calidad del servicio.

Homologación de proveedores

26.- ¿Existe en su empresa un proceso de Homologación de Proveedores?

No existe un sistema de Homologación de Proveedores alineado a requisitos o buenas prácticas de Responsabilidad Social

26.1. Información adicional

No hemos llegado a desarrollar por el momento este procedimiento.

Interacción con los proveedores

27. - ¿ Tienen establecidos mecanismos para relacionarse con los Proveedores y conocer su opinión?

Se mantienen reuniones de manera informal con algunos proveedores

27.1. Información adicional

La naturaleza de nuestra actividad, en la que los proveedores nos aprovisionan de elementos como material fungible, de oficina, etc. hace que nuestra interacción sea más reducida que en el caso de que nos proveyesen de materia prima para el desarrollo de actividad productiva o transformadora.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

28.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal

28.1. Información adicional.

Además de las colaboraciones planificadas, estamos abiertos a posibles nuevas colaboraciones.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

29.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

Se planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

29.1. Información adicional.

Se busca que la actividad cultural desarrollada, por iniciativa propia o en colaboración, se ajuste en la mayor medida posible al interés de nuestros estudiantes y usuarios.

Transparencia con el entorno social de la organización

30.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

30.1. Información adicional

Se comunica a la sociedad y a los grupos de interés las diferentes acciones llevadas a cabo. A la sociedad mediante nuestra página web y perfiles en redes sociales, fundamentalmente. A cada grupo de interés, en el foro pertinente para ello.

Así mismo, una memoria de la actividad completa desarrollada cada curso académico se encuentra accesible en nuestra página web.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

31.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

AMBIENTAL

Impacto ambiental

32.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Se evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

32.1. Información adicional

Desde 2019, llevamos a cabo un plan de reducción de consumo de elementos de un solo uso (botellines de agua, vasos de usar y tirar, etc.).

Desde 2021, calculamos la huella de carbono de la organización y, en 2024, hemos registrado en la plataforma del MITECO la huella correspondiente a 2023 (en proceso de inscripción).

Compromiso frente al cambio climático

33.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

Economía circular

34.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y

reciclaje de los residuos generados.

Comunicación ambiental

35.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

35.1. Información adicional.

La comunicación a los grupos de interés se hace a través de los cauces formales (Junta Rectora, Consejo de Centro, Claustro) principalmente.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

36.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

- 1 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Disponer de presupuesto
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Capacitar a las personas de la empresa
- 5 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 8 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
- 10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

Valoración Global

37.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

38.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El compromiso del personal con la estrategia de la organización.

39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

La formalización de procesos de comunicación internos y externos. Disponemos de canales de comunicación pero, en ocasiones, no los explotamos lo suficiente. Como organización, tenemos que ser más conscientes del impacto que la comunicación tiene en nuestros usuarios.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Sí

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?

- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.