

Sello de transparencia de Universidades Privadas

Indicadores de transparencia y buen gobierno
de las universidades privadas

Valoración y puntuación



A. Transparencia y rendición de cuentas en la web

Entendemos por transparencia voluntaria en la web “el esfuerzo por difundir y publicar la información relevante de la organización, haciéndola visible y accesible a todos los grupos de interés de manera íntegra y actualizada”.

1. Una primera condición es la **visibilidad**, es decir, facilitar que el contenido sea captado de manera sencilla por estar situado en un lugar visible en las páginas web. En ocasiones el contenido se encuentra en el portal, pero no es fácilmente visible porque el “recorrido” que hay que hacer para localizarlo es muy complejo.

2. Un segundo elemento importante es la **accesibilidad**: el contenido puede ser visible, pero si se necesita un permiso o registro para poder consultarlo no se puede considerar que la información sea accesible.

3. La información ha de ser también **actual**. Si los contenidos no están al día, se estima que no hay una disposición real de ser transparente. En este sentido, la información solicitada debe referirse al último año académico o el último ejercicio económico cerrado legalmente. En el caso de la presente acreditación se tendrá en cuenta solo la información que se encuentre actualizada hasta el año académico 2022-2023 y, en relación con la información económica, las cuentas generales correspondientes al ejercicio 2023 y el presupuesto del ejercicio 2024.

4. Por último, el cuarto elemento es la **integralidad**. Por integralidad entendemos que la información debe ser completa y exhaustiva. No basta informar parcialmente de un determinado contenido para cumplir los criterios. Por ejemplo, no sería suficiente proporcionar información en el área de *Gobierno* del perfil de algunos de los miembros del consejo social o del consejo de gobierno, como tampoco lo sería proporcionar en el área de *Claustro* información sobre el perfil de algunos profesores o departamentos. Para dar por cumplido este criterio las universidades deben proporcionar un perfil de todos y cada uno de los cargos directivos o profesores de su claustro.

B. Descripción de las áreas e indicadores

Se describe y fundamentan las áreas de información relevante y los indicadores seleccionados.

1. Plan estratégico

El plan estratégico es la herramienta gerencial que permite hacer operativa la misión de la universidad. Su existencia muestra que la organización se ha preocupado por realizar un diagnóstico del entorno externo e interno, identificando las principales oportunidades y los riesgos. Un plan estratégico no se limita al análisis del entorno, sino que implica activar todo un conjunto de medidas y capacidades organizativas para cumplir los fines que se ha trazado la institución. La publicación del plan estratégico contribuye a lanzar un mensaje de coherencia, tanto al interior como al exterior de la institución, marcando la dirección, facilitando la coordinación de los objetivos y orientándose a la obtención de resultados.

1.1. La universidad hará pública su misión y el plan estratégico o las líneas generales del mismo, así como su grado de cumplimiento.

2. Personal

Este apartado comprende la información relativa a la oferta de recursos humanos de la universidad: personal docente e investigador (PDI) y personal de administración y servicios (PAS). El primer indicador se refiere al porcentaje de cada una de las diferentes categorías en la estructura de personal de la universidad. Esta información permite analizar cuestiones de gran relevancia como la ratio de alumno por profesor, el porcentaje de mujeres contratadas, el peso que tiene cada una de las categorías docentes y administrativas, el tipo de contratación, etc. El segundo indicador pretende obtener información sobre la remuneración al personal universitario, según las respectivas categorías, y el peso que esa partida tiene en los gastos generales de la universidad.

2.1. La universidad publicará información sobre el personal contratado identificando el sexo y sus distintas categorías: PAS (funcionarios y laborales) y PDI (funcionarios y laborales) de acuerdo con los diferentes tipos de contrato.

2.2. La universidad publicará información sobre las bandas salariales aplicables a cada una de las categorías.

3. Políticas y Gobierno

Dos objetivos principales se persiguen con esta área. Por una parte, conocer quién es el titular, así como la estructura y composición de los principales órganos de gobierno de la universidad, y, en segundo lugar, identificar sus principales reglas de funcionamiento, que suelen estar recogidas en sus estatutos, además de en la Ley de constitución de la universidad, si fuera el caso.

Se trata de dos cuestiones especialmente relevantes a la hora de analizar la gobernanza de la universidad. La transparencia de los titulares de la propiedad de las universidades resulta imprescindible para identificar quién tiene el control sobre la misma, así como para identificar los potenciales conflictos de intereses que pueden surgir. La propiedad suele reservarse, entre sus atribuciones, el nombramiento -y cese- de los dirigentes, así como la competencia para aprobar las decisiones más importantes relacionadas con la continuidad de la organización. Por otra parte, conocer los principios y las reglas de funcionamiento más importantes de los principales órganos de decisión permite examinar en qué medida se someten a las mismas.

Junto a la información relativa a los miembros de los órganos de gobierno (cancillería, patronato o consejo de administración) es importante dar a conocer el número de reuniones, las fechas de las mismas y los principales acuerdos adoptados.

3.1. La universidad deberá identificar con claridad quienes son sus titulares reales, ya se trate de una institución erigida por la Iglesia, de una fundación o de una sociedad mercantil. En el caso de que se trate de una sociedad mercantil deberán detallar sus principales accionistas.

3.2. La universidad publicará la composición de los miembros de sus principales órganos de gobierno incluyendo también órganos unipersonales (rector, vicerrectores, decanos/directores, secretarios general y gerentes) mencionando sus nombres y apellidos y responsabilidades de gobierno.

3.3. La universidad hará públicos sus estatutos y reglamentos de gobierno.

3.4. La universidad hará públicos las fechas de las reuniones y los principales acuerdos adoptados por sus órganos de gobierno.

4. Ética y cumplimiento

La entrada en vigor de la Ley Orgánica del Sistema Universitario (LOSU) el pasado 12 de abril, menciona la necesidad de establecer una nueva cultura de integridad y buen gobierno universitario, otorgando nuevas competencias a los consejos sociales en esta materia. En este sentido en las universidades públicas, los consejos sociales como órganos de participación y representación de la sociedad en la universidad, tendrán a partir de ahora la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de los principios éticos, la integridad académica y las directrices antifraude, que deben guiar la función docente y la investigación.

El primer indicador se refiere al código ético o de conducta. Como es evidente, resulta imposible que la universidad impulse una cultura ética si los valores, principios y estándares de comportamiento exigibles no están plasmados en un código que sea conocido por toda la comunidad universitaria y que incluya un mecanismo para verificar su cumplimiento. Otro elemento imprescindible de un sistema de cumplimiento es que exista un órgano responsable. Cualquiera que sea la naturaleza del órgano, personal o colegiado, es preciso identificar la posición que lo representa y tiene encomendada la función. Con el fin de determinar su grado de autonomía y facultades es necesario que la entidad describa cuáles son sus competencias y a quién debe rendir cuentas. Por último, el canal ético es una herramienta esencial en el sistema general de cumplimiento que permite, por un lado, atender las dudas y consultas en temas relacionados con el comportamiento ético y, en segundo lugar, comunicar aquellas conductas potencialmente irregulares que puedan suponer un incumplimiento del código de ético, de una política concreta o la posible comisión de un delito penal. Para que los canales éticos funcionen con eficacia es necesario que se difunda y facilite su uso a todos los grupos de interés haciendo accesible el canal a todos los interesados, internos y externos. En el caso de que el canal se utilice para denunciar alguna conducta contraria a los códigos internos aprobados o que pueda conculcar alguna ley, resulta imprescindible que se proteja la confidencialidad y, en su caso, el anonimato del denunciante. Junto a la posibilidad que ofrece el canal de plantear consultas o presentar denuncias, es necesario que la universidad haga público el procedimiento para gestionar el canal.

4.1. La universidad deberá hacer público su código ético, de conducta o norma equivalente.

4.2. La universidad deberá identificar el responsable o unidad de cumplimiento, así como sus competencias y dependencia jerárquica.

4.3. La universidad deberá contar con un canal ético abierto a todos sus grupos de interés, a través del cual se puedan plantear consultas sobre cuestiones de

cumplimiento, así como presentar denuncias, garantizando el anonimato y la protección de los informantes. Asimismo, la universidad deberá hacer público el procedimiento de gestión del canal ético.

5. Entidades dependientes

En los últimos años han proliferado en ámbito de la universidad un conjunto de entidades instrumentales, cuya creación, como recuerda el Tribunal de Cuentas, “no siempre ha respondido a nuevas necesidades, sino en ocasiones a la deliberada huida de los controles internos o del control presupuestario y de gestión y a la búsqueda de un campo de actuación menos reglado en el que poder incrementar el margen de discrecionalidad”. Resulta, pues, necesario que la universidad identifique esas entidades instrumentales (fundaciones, empresas, cooperativas, etc.) con el fin de facilitar el control sobre las mismas.

5.1. La universidad publicará el nombre de sus fundaciones y entidades instrumentales dependientes.

6. Oferta y demanda académica

La principal propuesta de valor de la universidad está constituida por sus contenidos académicos. Esta área proporciona información relevante sobre la oferta de titulaciones de la universidad de acuerdo con los contenidos (Ciencias Sociales y Jurídicas, Enseñanzas Técnicas, Ciencias de la Salud, Artes y Humanidades, Ciencias Experimentales e Ingeniería y Arquitectura) y ciclos (Grados, Másteres y Doctorados).

Un criterio para medir la calidad de la propuesta educativa viene determinado por su demanda, de ahí que esta área incluya dos indicadores. El primero se refiere al número total de solicitudes recibidas en relación con la oferta de plazas, y el segundo indicador, sobre la evolución de esa demanda con respecto al año anterior.

6.1. La universidad publicará el número total de solicitudes, admisiones y matrículas en relación con el número total de las plazas ofertadas por titulación.

6.2. La universidad publicará el porcentaje y evolución de la demanda de plazas con respecto al año anterior.

7. Personal docente e investigador

Si en alguna organización se cumple la expresión de “sociedad del conocimiento” es en la institución universitaria, cuyo principal activo está constituido por su claustro de

profesores. Ofrecer información sobre el perfil académico e investigador del personal docente es imprescindible para que los diferentes grupos de interés puedan valorar la calidad docente e investigadora de los profesores. En los últimos años desde distintas instancias se ha llamado la atención sobre el grado de endogamia de las universidades españolas. España cuenta con un alto porcentaje de profesores que han hecho su doctorado en la misma universidad que los ha contratado sin que previamente hayan trabajado en otras universidades. Proporcionar información sobre el porcentaje de profesores contratados que han leído la tesis en la misma universidad que los contrata ayudará a medir el grado de endogamia de las universidades. Asimismo, la calidad del claustro también se mide por el porcentaje de profesores extranjeros que haya sido capaz de atraer la universidad.

7.1. La universidad publicará un breve perfil de sus profesores por departamento o área académica, que contenga el nombre, categoría, dedicación, distinciones y breve currículum vitae.

7.2. La universidad publicará el porcentaje de profesores extranjeros (contratados e invitados) de su claustro.

7.3. La universidad publicará el porcentaje de profesores contratados que han leído la tesis en la misma universidad que los contrata antes de haber transcurrido un plazo de cinco años desde la lectura de la tesis.

8. Alumnos

Este apartado comprende la publicación de información relevante para los alumnos y se extiende a dos áreas principales: descripción de los diferentes canales de comunicación y ayuda que la universidad pone a disposición de los alumnos e información sobre becas y ayudas económicas para estos.

8.1. La universidad facilitará información sobre los principales canales de representación y comunicación con los alumnos: programas de tutoría, asesoramiento y orientación profesional.

8.2. La universidad facilitará información sobre la oferta de becas y ayudas disponibles para sus alumnos.

9. Información económica

La importancia de la información económica resulta especialmente crítica; no cabe duda que la sostenibilidad económica es uno de los retos más importantes que enfrentan las instituciones universitarias españolas. La rendición de cuentas

económica de este apartado comprende la publicación del presupuesto, los principales estados financieros (balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias), la memoria explicativa de las cuentas anuales y el informe de auditoría. Toda esta información proporcionará datos que permitirán analizar cuestiones como el esfuerzo inversor de la universidad por alumno, el peso de las distintas fuentes de ingreso, el esfuerzo de los alumnos en la financiación, el gasto de personal por empleado, la inversión en investigación, el saldo final presupuestario, etc.

9.1. La universidad hará público el presupuesto detallado y aprobado correspondiente al año en curso.

9.2. La universidad publicará los principales estados financieros: balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias.

9.3. La universidad publicará la memoria explicativa de las cuentas generales.

9.4. La universidad publicará el informe completo de la auditoría externa de sus cuentas o el informe del organismo público que se encargue de fiscalizar sus cuentas.

10. Resultados

Cualquier institución se justifica en función de sus resultados. Una de las críticas más habituales a la universidad española es su falta de orientación a los resultados; de ahí, que cada vez sea más necesario y urgente ofrecer información sobre el desempeño general de la universidad. Este apartado exige rendir cuentas sobre aspectos relacionados con la actividad investigadora (tesis publicadas, patentes, publicaciones en revistas de referencia, etc.), el rendimiento académico (porcentaje de alumnos que terminan los estudios en los años previstos) o la calidad de docencia del profesorado.

Otros aspectos importantes están relacionados con la internacionalización y el prestigio exterior de la universidad española, cada vez más importante en una economía más globalizada; se entiende por alumnos extranjeros o internacionales aquellos que se han trasladado a España desde su país de origen con el propósito principal de seguir estudios superiores aquí. También se requiere información sobre la posición ocupada por las universidades españolas en los rankings internacionales y nacionales.

Por último, la información sobre los servicios de empleo y orientación profesional a los estudiantes es muy útil para comprobar el compromiso de la universidad para impulsar la empleabilidad de sus alumnos. En este campo lo que va a resultar decisivo serán los indicadores de inserción profesional reales de los estudiantes en el mercado

de trabajo o la mejora de la empleabilidad de los que ya cuenten con uno. En ese sentido, las universidades tendrán que hacer un esfuerzo por hacerse con esta información y publicarla en un lugar visible de su web. Ya se mida la empleabilidad en términos de inserción laboral o de mejora del empleo existente, lo que está claro es que este indicador va a convertirse en los próximos años, dada la actual coyuntura de desempleo, en uno de los mayores factores de atractividad de las universidades y, consecuentemente, también, en uno de sus principales indicadores de resultado. De ahí la necesidad perentoria de incorporar de manera más explícita la empleabilidad como uno de los indicadores de medición de la calidad universitaria, junto a otros factores, igualmente importantes, como la investigación o el rendimiento académico de los alumnos.

10.1. La universidad hará público los principales resultados relacionados con la labor investigadora de sus profesores: tesis defendidas, patentes, proyectos de investigación y transferencia de conocimientos y publicaciones JCR.

10.2. La universidad publicará los principales datos relacionados con el rendimiento académico de sus alumnos: porcentaje de alumnos aprobados/alumnos matriculados, tasa de duración de estudios (promedio de duración de los cursos en relación al plazo oficial previsto) y tasa de abandono.

10.3. La universidad hará públicos los índices de satisfacción de los alumnos con los profesores y los servicios.

10.4. La universidad publicará su posición en los principales rankings nacionales y/o internacionales.




10.5. La universidad publicará el número y porcentaje de alumnos fuera de la comunidad y los extranjeros matriculados en sus carreras (*degree mobility*) y el número y porcentaje de alumnos en programas de movilidad cuyo propósito no sea titularse en España (*credit movility*).

10.6. La universidad facilitará información sobre el porcentaje de inserción laboral de sus graduados y/o la mejora de la empleabilidad de los que ya cuenten con empleo.

C. Valoración y puntuación

La metodología de valoración y puntuación para la obtención del sello de transparencia será la misma que se venía aplicando en los informes de transparencia. La puntuación reflejará el grado de cumplimiento de los indicadores de acuerdo con tres categorías: *cumple totalmente*, *cumple parcialmente* y *no cumple*. A cada una de estas categorías se le asigna una determinada puntuación: a la categoría *cumple totalmente* se le otorgan dos puntos, a la categoría *cumple parcialmente* se le asigna un punto y a la categoría *no cumple* le corresponden cero puntos. La puntuación máxima que puede obtenerse es de 50 puntos.

Para la obtención de los sellos de transparencia, además del criterio cuantitativo (porcentaje de cumplimiento de los indicadores), las universidades deben cumplir al menos parcialmente los siguientes indicadores de información económica: estados financieros e informe de auditoría.

Modalidad Sello	% Cumplimiento indicadores	Equivalencia puntos
T de transparente *** 	90%-100% cumplimiento	51 a 56 puntos
T de transparente ** 	80%-89% cumplimiento	45 a 50 puntos
T de transparente * 	70%-79% cumplimiento	39 a 44 puntos