

## RSA - Entidades no lucrativas

---

### Empresa evaluada

#### ESCUELAS PÍAS

CIF:R5000264A

C/Conde de Aranda nº 2

50003 - Zaragoza

Zaragoza

### 01 DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### Denominación de la organización

Colegio Escuelas Pías

#### Forma jurídica

El colegio Escuelas Pías de Zaragoza fue fundado en 1731 por los PP. Escolapios. Desde entonces la acción educativa se desarrolla desde la más tierna infancia hasta la adolescencia. Actualmente dicha labor va desde los tres años (primer curso del segundo ciclo de educación infantil) hasta 4.º de Educación Secundaria Obligatoria. Nuestro colegio pertenece a la orden de las Escuelas Pías, y, dentro de la misma, a la provincia de Emaús, Aragón, Vasconia, Andalucía, y mantiene su carisma y preocupación por la formación integral de los alumnos desde la más tierna infancia, cuyo fundador, san José de Calasanz, recogió bajo el lema Piedad y Letras. Es un colegio privado concertado que mantiene sus principios ideológicos y está imbuido en la mejora constante y la innovación; muestra de ello es la multitud de premios que el trabajo desarrollado en el centro ha obtenido, entre ellos los que destacan el premio nacional CreArte, el premio ONCE y el premio nacional de Educación Vial... En esa misma línea nos encontramos con la participación del colegio en diversos proyectos de innovación educativa como el currículo bimodal en el tercer ciclo de primaria y ESO (en colaboración con profesores de la Universidad de Barcelona), Matemáticas y las inteligencias múltiples (para el trabajo de la competencia matemática), Potenciación del Inglés (para el trabajo de la lengua inglesa), trabajo cooperativo o el plan de TIC.

#### Número de socios (en caso de asociaciones)

No aplica

#### Número de miembros Junta/Patronato

El equipo local de titularidad está compuesto por cuatro personas

#### Dirección - CP - Población

C/ Conde de Aranda 2

#### Sector/Ámbito de actuación.

Educación

#### Actividad principal

Educativa

**Colectivo principal atendido**

Alumnos de Educación Infantil (3 - 5 años)  
Alumnos de Educación Primaria (6- 11 años)  
Alumnos de ESO ( 12 - 16 años)  
Bachillerato (16- 18 años)

**Año comienzo actividad.**

1731

**Número de personas empleadas - media anual**

80

**Número de personas empleadas estables (contrato indefinido)**

65

**Número de voluntarios**

60

**Persona contacto**

José Garín Samitier

**E-mail contacto**

josegarin@escolapiosemaus.org

**Página web**

www.escuelaspias-zaragoza.es

**1 GENERAL****1.a Tendencias Globales**

**1.- Considera que su entidad tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como por ejemplo:**

- **Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...**
- **Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas, ....)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, ....)**
- **Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales ....)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación....)**

Estos temas son importantes para la entidad y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la entidad a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

**1.1 Información adicional**

Nuestra institución es un centro educativo concertado.

Evidentemente el tema educativo es un tema sensible socialmente, las ideas y los diferentes tendencias políticas afectan cómo se debe entender la educación. Nuestro trabajo es colaborar con las instituciones públicas en el mantenimiento de los derechos fundamentales de los ciudadanos en pro de la educación.

Otros temas como la economía, los avances tecnológicos son elementos que se tienen en cuenta pues afectan directamente tanto a nuestros alumnos, como a sus familias como a las líneas pedagógicas.

**2.- ¿Cree que las entidades pequeñas o medianas pueden enfrentarse de forma individual a temas como los anteriores?**

Si

**2.1. Información adicional**

Consideramos que los resultados son más sostenibles y más eficaces cuando se trabaja en red, sin embargo, también entendemos que las acciones individuales ayudan a la consecución de los objetivos del bien común.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

**1.b Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

**3.- Al planificar la actividad de su entidad, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?**

Se plantea y planifica de forma voluntaria y diferenciada en el corto, medio y largo plazo mediante el diseño e implementación de planificaciones estratégicas.

**3.1. Información adicional**

En el plan general anual de cada curso escolar, se planifican en las programaciones de aula todas las acciones socialmente responsables que se van a llevar a cabo, con su seguimiento por parte de los equipos: departamentos, etapas, niveles.

**4.- La entidad se preocupa de ser rentable (económica- y socialmente) y optimizar los recursos de los que dispone**

La entidad analiza, planifica, aplica sistemas de control y posteriormente evalúa e implanta mejoras con objeto de aumentar su rentabilidad y optimización de recursos

**4.1 Información adicional**

Las personas que lo desean (clientes internos y externos) realizan donaciones a la Institución, desde la cual se gestiona dichas donaciones.

**5. En caso de ser positivo el resultado del año ¿cómo se define el destino de estos fondos?**

Se asigna íntegro a proyectos y/o partidas concretas, tras ser analizado y decidido por el órgano de gobierno.

**5.1. Información adicional**

El control financiero corre a cargo del Equipo Local de Titularidad, el cual realiza un

propuesta a la Congregación Provincial y en caso de aprobación es gestionada y supervisada por el CLT, rindiendo cuentas a la Congregación Provincial que establece los mecanismos propios de control.

---

**Puntuación sección 83,33 %**

### **1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

**6.- Tiene identificados su entidad los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, cliente/usuarios, familias, voluntarios, proveedores, posibles financiadores y donantes, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros..**

Tenemos identificados principalmente a empleados, clientes/usuarios y, en su caso, voluntarios

#### **6.1. Información adicional**

La segmentación de los clientes, para gestionar la relación con ellos, viene naturalmente dada por el nivel educativo que, en primer lugar por edad, y en segundo por necesidades educativas, se les asigna. El diálogo con las familias se establece de varias formas: mediante reuniones grupales (tres por nivel al año de forma obligatoria, y las que complementariamente se estimen necesarias); mediante reuniones individuales del tutor (1.5 por familia y una por alumno de forma obligatoria, más las que se estimen necesarias de manera complementaria); reuniones de consejo escolar; reuniones de vocales con el director titular, de carácter mensual; mecanismos de entrevista con los coordinadores, la administradora o los directores; mecanismos de supervisión a las desviaciones del sistema (quejas y reclamaciones); mecanismos de valoración del sistema (encuestas).

#### **7.- ¿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 grupos de interés

#### **7.1. Información adicional**

Se utilizan las reclamaciones las encuestas de clientes para anticipar e identificar las mejoras destinadas a fortalecer la cartera de productos; en este sentido, ayudaron a tomar la decisión que llevó a la implantación del bilingüismo; este es un aspecto que incide, además, en la gestión del cambio de las necesidades de los clientes actuales y potenciales.

---

**Puntuación sección 50,00 %**

### **1.d Transparencia, rendición de cuentas y buen gobierno de la entidad**

**8.- En cuanto a los miembros del órgano de gobierno, con independencia de si ejercen su cargo a nivel particular o en calidad de representantes jurídicos de otros organismos/entidades públicas o privadas, ¿cómo desempeñan de su cargo?**

- Ejercen su cargo de forma responsable, conocen sus obligaciones y se involucran en la aprobación y revisión del plan anual y la memoria.

### **8.1. Información adicional.**

Las cuentas son presentadas al Consejo Escolar para su aprobación y presentación al Gobierno de Aragón. Dicha información también es presentada al claustro para su conocimiento.

### **9.-Respecto a la rendición de cuentas, ¿cómo actúa la entidad?**

Cumple con sus obligaciones y rinde cuentas ante su órgano de gobierno al menos dos veces al año, presentando planificación anual previa y memoria económica y de actividades realizadas

#### **9.1.- Información adicional.**

En cuanto a la información económico financiera, en particular, se analiza en el consejo local de titularidad; a las familias, tanto en la jornada de puertas abiertas como en el proceso de matriculación, se da cuenta de las diversas partidas de que constan las cuotas mensuales, cuotas que además pueden ser consultadas en cualquier momento en la plataforma de gestión y comunicación; además, el consejo escolar es consultado e informado de los siguientes aspectos económico-financieros: precio de los libros de texto y del material escolar; precio de los servicios complementarios; y origen y destino de la partida de otros gastos, proveniente del Gobierno de Aragón

### **10.- ¿Se proporciona información clara, honesta y fiel sobre la propia entidad, su composición, estrategia y funcionamiento, las redes y acuerdos/compromisos que la rigen y la obtención de recursos?**

La entidad es transparente y proporciona información detallada y amplia a sus grupos de interés a través de sus propios medios.

#### **10.1. Información adicional**

El colegio se esfuerza en ser transparente. Se comunican los retos, los objetivos, los resultados tanto al claustro de profesores como a los representantes del resto de personas: PAS, padres, alumnos, a través del Consejo Escolar.

### **11.- En cuanto a normas de actuación, ¿dispone la entidad de unas pautas o normas de actuación propias, claras y consecuentes con la acción de la entidad?**

Se comenta la forma de trabajar en la entidad al iniciar la relación laboral

#### **11.1.- Información adicional**

Dentro del Proyecto Suma y Sigue, se están estableciendo pautas de actuación, En estos momentos el colegio se encuentra con la implantación de una pauta, con el desarrollo de la segunda pauta y el diseño de la tercera pauta.

### **12.- ¿Conocen las personas que trabajan en la entidad la misión, la cultura (razón de ser de la entidad, valores,...) y los objetivos propios y distintivos de la entidad?**

Sí, se forma/informa a todas las personas de la entidad

#### **12.1. Información adicional**

La actividad del Colegio Escuelas Pías de Zaragoza se basa en el lema Piedad y Letras; el conjunto de características que definen la misma se concreta y transmite en nuestra

Misión, Visión y Valores. En el colegio se presta una atención especial a la acción pastoral, la inclusión de todo el alumnado, la orientación, el uso de las TIC en la acción docente (pizarras digitales, salas multimedia...). El colegio está reconocido como centro examinador del Trinity College y preparador de exámenes de Cambridge. MISIÓN ? Evangelizar educando con estilo Calasancio. Conciliamos la Piedad (Fe) y las Letras (Cultura), para conseguir una formación integradora; es decir, que sea capaz de educar y evangelizar a toda la persona, que es unidad biológica, psíquica, social, espiritual y trascendente. ? Motivamos una Espiritualidad Calasancia. ? Imprimimos el aliento cristiano en los principios democráticos. ? Impulsamos una educación popular y cristiana, dirigida, especialmente, a las clases sociales más necesitadas y desde su más tierna edad. ? Educamos en la nueva sociedad plural, con el propósito de mejorar la convivencia y la integración de los inmigrantes, respetando la diversidad cultural, y con el objetivo de transformar solidariamente el mundo. ? Potenciamos la acción social y el voluntariado, como signo de compromiso cristiano. ? Propiciamos un sentido crítico responsable, que facilite el encuentro entre ideologías y creencias religiosas, y que refuerce el sentido del deber.

VISIÓN ? Desarrollar la Misión Compartida. ? Dar respuesta a las nuevas formas de pobreza, y lograr así una escuela inclusiva. ? Mantener un alto nivel académico, a través de una atención personalizada y de una pedagogía innovadora. ? Conseguir que la Comunidad Educativa participe y se implique en los diferentes tareas del Colegio, cada cual en el ámbito de su competencia. ? Contribuir, mediante una labor compartida, a que la acción pastoral constituya el centro de nuestra tarea educativa, creando una comunidad cristiana de referencia. ? Mejorar continuamente la competencia profesional y/o pedagógica del personal, así como potenciar su formación calasancia. ? Potenciar la colaboración con otros centros educativos e instituciones del entorno. ? Mejorar la oferta de servicios y actividades que complementen la oferta educativa. ? Conseguir una adecuada relación escuela-familia potenciando un clima de encuentro y colaboración. ? Avanzar en la autofinanciación de nuestras Obras.

---

**Puntuación sección 68,75 %**

## **1.e Plan de Responsabilidad Social**

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

Estamos abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### **13.1. Información adicional**

Es intención institucional dar pasos en la responsabilidad social y para ello como se tiene la encomienda de integrarlo en sus planes estratégicos.

### **14.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?**

Se plantean algunos indicadores y pero no se establecen objetivos

#### **14.1. Información adicional**

No existe todavía un plan de responsabilidad social

---

**Puntuación sección 25,00 %**

## **2 CLIENTES**

### **2.a Satisfacción de cliente**

#### **15.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes/usuarios/beneficiarios?**

Sí, conocemos la satisfacción de clientes/usuarios/beneficiarios a través de una recogida sistemática y periódica de información

##### **15.1. Información adicional**

Se utilizan las reclamaciones las encuestas de clientes para anticipar e identificar las mejoras destinadas a fortalecer la cartera de productos; en este sentido, ayudaron a tomar la decisión que llevó a la implantación del bilingüismo; este es un aspecto que incide, además, en la gestión del cambio de las necesidades de los clientes actuales y potenciales.

#### **16. ¿Disponen de mecanismos para conocer la satisfacción de sus organismos financiadores y donantes?**

Conocemos la satisfacción de nuestros organismos financiadores y/o donantes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

##### **16.1. Información adicional**

?Todas las actividad realizada en el Centro o cualquier propuesta de innovación se comunica a las familias, proveedores etc a través de reuniones y de los medios propios de comunicación internos y externos.

#### **17.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la empresa?**

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la empresa

##### **17.1. Información adicional**

En los dos últimos años se han redefinido los ítems que conforman las encuestas de satisfacción (indicadores subjetivos) de familias, alumnos y personal del colegio, con objeto de homogeneizarlas en relación con los otros diecisiete colegios que conforman la organización provincial.

La evaluación de los datos se hace de forma continua, aunque de manera formal hay tres equipos directivos (uno al trimestre) en que se revisan los datos del PSM, además de la reunión de final de curso de revisión por la dirección.

Todos estos análisis se reflejan documentalmente en las actas de equipo directivo. Las mejoras identificadas se abordan a través de los planes de mejora anuales y en el Plan general anual, que es un documento requerido por la administración educativa y que se evalúa en la Memoria final del curso.

---

**Puntuación sección 50,00 %**

## 2.b Innovación en los productos y servicios

### 18.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación e innovación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes/usuarios/beneficiarios y a las de los organismos financiadores?

Se investiga y desarrolla el producto/servicio de forma no planificada. Únicamente se realiza diagnóstico previo y/o análisis de la realidad antes de comenzar a prestar el servicio.

#### 18.1. Información adicional

Los proyectos de innovación pedagógica que se llevan a cabo en la actualidad son los siguientes: bilingüismo (en lengua inglesa), EntusiasMAT (para la enseñanza de las matemáticas), Amco (para la enseñanza del inglés), GAP-Pías (para realizar evaluaciones en la línea de las pruebas de diagnóstico PISA), currículo bimodal (también en el área de la evaluación), CA2 Radio y CA2 TV (canal de radio y televisión gestionado por los alumnos) y aulas temáticas (como forma de organizar los espacios).

Ante escenarios legislativos cambiantes, el centro intenta anticiparse en la medida de sus posibilidades; así, ante la implantación de la LOMCE, cuatro de sus profesores (uno de educación primaria y tres de educación secundaria y bachillerato, de distintas especialidades) han formado parte de los equipos de trabajo conformados por el Departamento de Educación, Universidad, Cultura y Deporte del Gobierno de Aragón para la elaboración del currículo; esto nos ha permitido conocer por anticipado el desarrollo de los trabajos, evaluar las fortalezas y las carencias del colegio a la hora de implantar la nueva normativa y establecer planes que previeran las futuras necesidades pedagógicas del centro.

---

**Puntuación sección 50,00 %**

## 2.c Calidad del servicio

### 19.- ¿Cómo realiza su entidad la puesta en marcha del producto o servicio?

Se ofrece el nuevo producto/servicio mediante acciones de difusión y utilización de redes y se asesora de manera transparente al potencial cliente/usuario/beneficiario sobre su acceso y uso.

#### 19.1. Información adicional

La principal estrategia de marketing operativo que se realiza, desde hace cinco años, es la jornada de puertas abiertas, que tiene por objeto la captación de nuevos alumnos. Inicialmente, se concentraba en una sola jornada, pero de dos años a esta parte se han introducido mejoras y variantes: en este momento, las puertas abiertas no se circunscriben a un solo día sino que se realizan, a petición de las familias interesadas en conocer el colegio, visitas guiadas al mismo en función del nivel educativo demandado y de sus expectativas, no solo para educación infantil sino también para educación primaria y educación secundaria obligatoria

Los medios de comunicación y promoción del colegio en internet son su página web (<http://www.escuelaspias.zaragoza.escolapiosemaus.org>) y los blogs asociados a la misma (educación infantil: <http://infantilescuelaspias.blogspot.com.es>; educación primaria:



<http://primariaescuelaspias.blogspot.com.es>; inglés:  
<http://escuelaspiasingleseso.blogspot.com.es>; y educación física:  
<http://educacionfisicaescolapios.blogspot.com.es>); el programa radiofónico CA2 Radio, emitido en la emisora TEA FM y que puede descargarse en internet ([http://www.ivoox.com/podcast-ca2-radio-escolapios-zaragoza\\_sq\\_f19154\\_1.html](http://www.ivoox.com/podcast-ca2-radio-escolapios-zaragoza_sq_f19154_1.html)); el programa de televisión CA2 TV, que se puede seguir a través de un canal del sitio web YouTube (<https://www.youtube.com/user/CA2TV>); y la cuenta en Twitter (@escuelaspiaszgz). La responsabilidad de su realización y mantenimiento está repartida entre distintos estamentos de la comunidad educativa: la de la web y los blogs recae fundamentalmente en el profesorado; la radio y la televisión es una labor cuyo peso fundamental es asumido por el alumnado; el Twitter lo mantiene el responsable de comunicación, el coordinador TIC y el equipo directivo.

La evaluación de la promoción de nuestros productos y servicios se hace mediante las encuestas de satisfacción en las jornadas de puertas abiertas; y mediante índices de audiencia en los medios de comunicación en internet. A partir de ahí, el equipo directivo toma decisiones sobre qué medios son más eficaces y qué medios necesitan un replanteamiento estratégico o táctico.

## **20.- ¿Cuáles son las características del servicio de evaluación y seguimiento de su entidad?**

Se ofrece un sistema de evaluación que permite recoger el grado de satisfacción sobre los productos/servicios.

### **20.1. Información adicional**

La calidad del servicio educativo viene dada por los indicadores objetivos de rendimiento y satisfacción que figuran en el apartado de resultados, a lo largo de todo su ciclo de vida, desde infantil hasta bachillerato, comparándolo continuamente con el de otras instituciones educativas.

---

**Puntuación sección 50,00 %**

## **2.d Transparencia sobre los productos o servicios de la entidad**

### **21.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?**

De la totalidad de los productos/servicios ofertados se proporciona y difunde información detallada de sus características, particularidades, requisitos de acceso y beneficios de uso.

### **21.1. Información adicional**

La evaluación de la promoción de nuestros productos y servicios se hace mediante las encuestas de satisfacción en las jornadas de puertas abiertas; y mediante índices de audiencia en los medios de comunicación en internet. A partir de ahí, el equipo directivo toma decisiones sobre qué medios son más eficaces y qué medios necesitan un replanteamiento estratégico o táctico.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

## **3 PERSONAS EMPLEADAS**

### **3.a Satisfacción de las personas empleadas y voluntarias**

#### **22.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas y voluntarias?**

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica

##### **22.1. Información adicional**

Se realiza una encuesta anual de satisfacción, otra encuesta externa de clima laboral y se pasan entrevistas personales con la dirección titular y con la dirección académica.?

---

**Puntuación sección 75,00 %**

### **3.b Igualdad de oportunidades y no discriminación**

#### **23.- ¿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.....)?**

Se realizan iniciativas que promueven la igualdad de oportunidades, a modo de ejemplo: se comunican los puestos de trabajo vacantes, se promueve la promoción interna, existe una política de retribución salarial

##### **23.1. Información adicional.**

Evaluación de competencias del profesorado (autoevaluación y evaluación del equipo directivo)

Encuesta de clima laboral en el que existe un apartado de liderazgo..

Con los resultados se toman las decisiones más idóneas para las personas hacia diferentes equipos de trabajo o puestos siempre en relación con el "Manual de funciones"

Todo el profesorado puede proponer formación específica para su puesto de trabajo.

El convenio colectivo es el referente que rige la vida laboral de los empleados, estableciéndose mejoras con el Comité de Empresa

---

**Puntuación sección 25,00 %**

### **3.c Conciliación de la vida personal, familiar y laboral**

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

Existen actuaciones para facilitar el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal para algunos colectivos de personas empleadas

##### **24.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.**

Se atienden a las peticiones personales a la hora de la organización del curso y el margen de maniobra que permite el horario escolar y el laboral.

Se conceden permisos retribuidos no recogidos en convenio para favorecer la vida familiar y laboral.

---

**Puntuación sección 50,00 %**

**3.d Formación y fomento de la empleabilidad**

**25.- ¿Cómo identifica su entidad las necesidades de formación de las personas empleadas y voluntarias?**

La entidad pregunta a las personas empleadas y voluntarias por sus necesidades de formación

**25.1. Información adicional.**

Uno de los pilares que conforman la programación general anual es el plan de formación, realizado por el director académico y el coordinador pedagógico y de innovación y aprobado por el equipo directivo; su planificación es la consecuencia de la evaluación realizada en el curso anterior acerca de las actividades formativas llevadas a cabo y de las necesidades formativas para el curso siguiente.

**26.- ¿Cómo se gestiona la formación en su entidad?**

Se define un Plan de Formación

**26.1. Información adicional.**

En el curso 2016-2017 se ha implantado, dentro del plan de formación, una forma de trabajo relativamente distinta: a lo largo del tercer trimestre, las reuniones dedicadas a formación del profesorado se van a dedicar a compartir las buenas prácticas y las experiencias formativas de los docentes que se han llevado a cabo a lo largo de los dos primeros trimestres del curso.

En la escuela de verano, que agrupa por etapas a los profesores de la mayor parte de los colegios escolapios de la zona, hay una sección dedicada a exponer, a modo de comunicación, las mejores prácticas de cada centro.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

**3.e Seguridad y salud.**

**27. ¿Tiene implantado en su entidad mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado, en seguimiento y revisión

**27.1. Información adicional.**

Existe un plan de prevención de riesgos laborales contratado con la MAZ

---

**Puntuación sección 75,00 %**

**4 PROVEEDORES**

**4.a Compras responsables**

**28.- En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su entidad la**

### **selección de proveedores?**

Se selecciona el proveedor en función de la calidad del producto / servicio, el precio y la procedencia del proveedor para fomentar el desarrollo local

#### **28.1. Información adicional.**

El colegio practica y fomenta la compra responsable para la consecución de objetivos fundamentalmente sociales y éticos. Al practicar este tipo de compra, se pretende educar a los alumnos a ser consumidores responsables, línea que se puede observar en el Perfil de Salida del Alumno.

El colegio participa en la venta de productos COMERCIO JUSTO.

---

**Puntuación sección 50,00 %**

### **4.b Clasificación y evaluación de proveedores**

#### **29.- ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?**

Además del precio se tienen en cuenta variables de calidad de servicio

#### **29.1. Información adicional.**

La selección de proveedores se realiza según el procedimiento correspondiente (PR-PS-03 Gestión de recursos materiales). De acuerdo con el mismo, existe un listado de proveedores homologados que están clasificados en tres tipologías: a prueba, por histórico y por certificación de calidad. A final de cada curso se realiza, por parte de dirección y de administración, una evaluación de proveedores; de acuerdo con dicha evaluación, los proveedores existentes pueden ser reclasificados en una categoría distinta a la que se hallen previamente o incluso suprimidos del listado.

Hay relaciones sostenibles con algunos proveedores; p. ej., con la empresa de limpieza, con la de actividades extraescolares y con la del comedor; en los dos últimos casos, además, el colegio se asegura de que el perfil de los monitores de comedor y de los profesores de extraescolares se ajuste a la misión, visión y valores de la organización.

Particularmente importante para la marcha del colegio son las alianzas con dos proveedores de carácter estratégico: por un lado, con las editoriales que suministran los manuales y libros de texto, cuya elección recae, en último término, en la dirección del centro, previa consulta a los profesores sobre los aspectos didáctico-pedagógicos, a la administración del centro sobre los aspectos económicos y al Secretariado de Colegios y el Secretariado de Economía de la institución acerca de la existencia de alianzas a nivel provincial o nacional; por otro, la plataforma de comunicación Clickedu, que permite poner en contacto a los alumnos y a sus familias con los profesores y con la dirección del centro

---

**Puntuación sección 50,00 %**

## **5 SOCIAL**

### **5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

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

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos

**30.1. Información adicional.**

El centro colabora intensamente de forma organizada, programada, contextualizada y temporalidad con ITAKA-ESCOLAPIS, ONG propia de la red de centros escolapios., en proyectos de Educación y para el Desarrollo, proyectando campañas, acciones puntuales y sesiones de sensibilización.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

**5.b Alineación de los proyectos sociales con los fines y la estrategia de la entidad**

**31.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con los fines y la estrategia de su entidad?**

Se planifican e implantan proyectos que están unidos con la actividad principal de la entidad.

**31.1. Información adicional.**

Incluidos en el Plan general anual, se recogen y hacen propios los proyectos de ITAKA y otras entidades (por ejemplo OZANAM, CARITAS).  
Se realizan acciones encaminadas a financiarlos y darlos a conocer.  
Se evalúan el grado de satisfacción de las campañas y objetivos conseguidos.

---

**Puntuación sección 50,00 %**

**5.c Transparencia con el entorno**

**32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y voluntarias animándoles a su participación, y con otros grupos de interés?**

Sí, a se comparten con todos los grupos de interés, fomentando la posible colaboración y estableciendo planes de comunicación específicos para tal fin

**32.1. Información adicional**

Todo lo que se hace en materia social se comunica al resto de la comunidad educativa tanto en reuniones, como en difusión de folletos, como a través de las redes sociales, página web y plataforma de comunicación interna.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

**5.d Comunicación y fomento de buenas prácticas**

**33.- ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social desarrolladas por la organización?**

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

### **33.1. Información adicional**

las actividades que se desarrollan en el colegio son comunicadas través de redes sociales (facebook, twitter, etc), de la página web, de la plataforma de comunicación interna..

---

**Puntuación sección 50,00 %**

## **6 MEDIOAMBIENTAL**

### **6.a Identificación de actividades de gestión ambiental**

#### **34.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su entidad el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

No existe una planificación para estos temas.

##### **34.1. Información adicional.**

Por su papel en la formación de valores, de transmisión de conocimientos, de impulsores de prácticas y habilidades, es evidente que el colegio tiene una responsabilidad fundamental en el reto ambiental.

La educación ambiental lleva años trabajándose con numerosas iniciativas ; sin embargo, queda mucho por hacer.

### **6.b Estrategia frente al cambio climático**

#### **35.- ¿Se ponen en marcha medidas que evidencien el compromiso público de la entidad con los impactos ambientales que pueda ocasionar?**

No existen actividades en marcha

##### **35.1. Información adicional.**

No existen evidencias

### **6.c Plan de gestión ambiental**

#### **36.- ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?**

No se realizan proyectos con objetivos de reducción de energía u otros materiales

##### **36.1. Información adicional**

No se han realizado acciones en este sentido.

### **6.d Comunicación ambiental**

#### **37.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a las personas empleadas y a otros grupos de interés?**

No de una manera formal

### 37.1. Información adicional

No existen evidencias

## 7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

### 7.a Priorización de temas

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

### 7.b Valoración Global

**39.- ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

6

### 7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

**40.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

?Compromiso en la transformación social, en la creación de un mundo más justo a través de la educación y del voluntariado.

**41.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

Trabajar en la mejora y establecimiento de proyectos y progresa en los temas medio ambientales.

---

**Puntuación encuesta 55,71 %**