

MEMORIA COLEGIO MONTESSORI



Criterio 1. CONTENIDOS GENERALES

1. DECLARACIÓN DEL RESPONSABLE



COMPROMISO DE LA EMPRESA CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

D./D^a. LUIS JORGE GARCÍA DUEÑAS, con DNI 25145904G, en calidad de representante de la empresa CENTRO MONTESSORI ARAGÓN, SL, C.I.F. B50160084, y domicilio en c/ LAGASCA, 25-27 de ZARAGOZA, según poderes otorgados, declaro que la entidad a la que represento se compromete a aplicar de forma voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, y en sus políticas y procedimientos, los valores y códigos éticos relacionados en el presente documento, que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones.

Asimismo declaro que dicha entidad está al corriente en las obligaciones con Hacienda y con la Seguridad Social, y no se encuentra en ninguno de los supuestos de prohibición para contratar con el sector público o para recibir subvenciones de las Administraciones Públicas.

En ZARAGOZA, a 19 de Mayo de 2023


Firma LUIS JORGE GARCÍA DUEÑAS

RESULTADOS:

Este curso escolar hemos continuado con el desarrollo de las actuaciones descritas en la Memoria de Responsabilidad Social anterior, potenciando y asentando las buenas prácticas que venimos desarrollando en los últimos años.

En el curso 2022-2023, el Centro ha continuado fomentando en los alumnos la responsabilidad ambiental y social, con el objetivo claro de ser un colegio sostenible. Se han tenido en cuenta a todos los grupos de interés, haciendo especial hincapié en nuestro firme compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (a partir de ahora ODS). La participación en diferentes actividades internas y externas reflejan el alto nivel de implicación que el Colegio tiene con los principios de la Agenda 2030. Concretamente, nuestras acciones tienen un impacto directo en la consecución de los siguientes objetivos:

ODS 2. Hambre cero.

ODS 3. Salud y bienestar.

ODS 4. Educar en
calidad.

ODS 5. Igualdad de género.

ODS 6. Agua limpia y saneamiento.

ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.

ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.

ODS 10. Reducción de las desigualdades.

ODS. 12. Producción y consumo
responsable. ODS 13. Acción por el clima.

ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.

ODS 16. Paz, justicia e instituciones
sólidas.

Nuestra MISIÓN es ser una institución educativa no vinculada a grupo religioso, político o económico alguno y comprometida con la calidad de la enseñanza, que abarca desde los 1-2 años (*Montessori kids*) hasta la Formación Profesional, y cuyo objetivo es formar personas sanas, libres, críticas, respetuosas, responsables y capaces de diseñar su propio futuro con una buena preparación académica y personal que les dote de las herramientas necesarias para desenvolverse con éxito en la sociedad actual, de acuerdo a la filosofía de María Montessori.

Pretendemos ser una opción de máxima calidad, tanto en la enseñanza que impartimos como en los servicios que ofrecemos. Para ello nos trazamos los siguientes objetivos dirigidos a:

- **Alumnos:** satisfacer sus necesidades formativas tanto a nivel humano como académico, desarrollando al máximo todas sus capacidades mediante una educación integral y personalizada.

- **Familias:** lograr que padres, madres y tutores queden satisfechos de la educación que reciben sus hijos.
- **Personal del colegio:** crear las condiciones adecuadas para su desarrollo profesional y que de esta manera puedan realizar su labor educativa correctamente.

Desde hace más de cinco años, el centro desarrolla el proyecto M.A.S. (Montessori, Acción y Servicio) a través del que se incrementa sustancialmente el compromiso de realización de acciones sociales y medioambientales que permiten enriquecer la formación integral de nuestros alumnos haciendo de ellos mejores ciudadanos del mundo, críticos y responsables.

Seguiremos avanzando en todos estos objetivos con ilusión, manteniendo nuestros puntos fuertes e intentando corregir nuestras debilidades.

Impactos, riesgos y oportunidades	102-15
-----------------------------------	--------

Las líneas estratégicas que se definen en este plan son fruto del análisis interno y externo que hemos realizado del Colegio para detectar fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas. También, del estudio de los indicadores que pronostican las tendencias tecnológicas, científicas, demográficas, normativas, sociológicas y del conocimiento compartido por los miembros de nuestra Comunidad Educativa.



FORTALEZAS	DEBILIDADES
ORGANIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> ● Liderazgo activo que se evidencia en el planteamiento de los servicios educativos. ● La determinación del equipo directivo por mantener un sistema de mejora continua. ● La existencia de un Plan de Formación Permanente del Profesorado para proveerlo de las herramientas necesarias para afrontar los cambios. ● El reconocimiento de entidad responsable socialmente en Aragón. 	<ul style="list-style-type: none"> ● La falta de un sistema integral que regule la recogida de información. ● La necesidad de una mayor difusión del Plan Estratégico de Centro entre los miembros de la comunidad educativa. ● Falta de conocimiento e interacción entre las diferentes etapas del Centro.
EQUIPO HUMANO	
<ul style="list-style-type: none"> ● La formación y la experiencia del profesorado. ● La elaboración y seguimiento que hace el profesorado de las programaciones de sus materias. ● El conocimiento y puesta en práctica por el profesorado del Plan de Orientación y Acción Tutorial. ● La existencia de canales de comunicación entre los miembros de la organización. ● La existencia de un contacto frecuente con las familias a través de las reuniones de padres y las tutorías individuales. ● La estabilidad del profesorado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● La dificultad del profesorado para adaptarse a la compleja legislación actual en Educación. ● La necesidad de implantar el proceso de evaluación de desempeño de la actividad docente. ● La necesidad de aumentar la colaboración entre etapas. ● La necesidad de fomentar el trabajo en equipo.
SISTEMA DE PRODUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> ● El compromiso de la Dirección del Centro por la innovación metodológica. ● La calidad de la oferta de servicios educativos y complementarios. ● El reconocimiento de la calidad del servicio por parte de los grupos de interés a través de las encuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mejorar en el uso de las Nuevas Tecnologías en el Centro. ● Incorporar herramientas tecnológicas que augmenten la productividad de los empleados.
SISTEMA FINANCIERO	
<ul style="list-style-type: none"> ● La gestión de los recursos económicos del centro a través de un Plan económico financiero coherente con el Proyecto Educativo de Centro y con su estrategia. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Necesidad de continuar buscando fuentes de financiación que completen el módulo del concierto educativo.

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
POLÍTICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ● Complejidad de la realidad educativa actual con cambios legislativos constantes. ● Cambios metodológicos y de evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fortalecimiento de la oferta educativa, especialmente en Ciclos Formativos, llevando a cabo las acciones que marcan la nueva Ley de Educación.
ECONÓMICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ● Impagos y estacionalidad del cobro de cuotas. ● Incertidumbre en la matrícula. ● Disminución de ingresos por servicios complementarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Subvenciones públicas y privadas.
SOCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ● Competencia entre los colegios públicos y privado- concertados de la zona Centro. ● Drástico descenso demográfico. ● Aumento de la desigualdad social entre el alumnado y las familias generado por la pérdida de recursos por la situación provocada por la crisis actual. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Potenciación de proyectos y actividades que favorezcan el encuentro y las buenas relaciones entre los distintos estamentos. ● Aumento de la solidaridad y empatía entre alumnado y personal del centro por la situación generada por la crisis actual.
TECNOLÓGICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ● Ataques informáticos. ● Aumento de la brecha tecnológica entre alumnos por la necesidad de usar recursos tecnológicos en casa. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Utilización de las redes sociales como medio de comunicación. ● Renovación de equipos informáticos. ● Impulso en manejo de aplicaciones tecnológicas por personal del centro y alumnado.

En cuanto a las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de los resultados estratégicos, cabe destacar:

- Consolidación de la nueva metodología del Programa Adolescente Montessori en la etapa de Secundaria.
- Implantación del nuevo programa bilingüe en el ciclo superior de Marketing y Publicidad.
- Implantación del nuevo grado superior de Formación Profesional de Transporte y Logística.
- Implantación del nuevo curso de especialización de Ciberseguridad ampliando así la oferta formativa de Formación Profesional.

Respecto al alumnado, el objetivo principal de la estrategia es que cada estudiante consiga alcanzar su máximo nivel académico, desarrollando su talento y todas sus capacidades. Para conseguir esto, nos centramos en las necesidades, intereses y habilidades de cada uno, y de su entorno familiar y social, logrando a su vez que se desarrollen como personas de forma integral y finalicen sus estudios con un conocimiento global, orientado a las competencias de las futuras profesiones del siglo XXI.

BUENAS PRÁCTICAS:

Apuesta por la innovación en diferentes ámbitos: metodologías, idiomas, reconocimientos, y acompañamiento del alumno.

COMPROMISOS:

Seguir potenciando la Formación Profesional ampliando la oferta formativa en esta etapa.

C.1.2. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

		GRI
Nombre de la organización		102-1
Centro Montessori Aragón, SL		
Actividades, marcas, productos y servicios		102-2
Educación		
Ubicación de la sede		102-3
Calle Mariano Lagasca, 25-27, 50006 Zaragoza		
Ubicación de las operaciones		102-4
Calle Mariano Lagasca, 25-27, 50006 Zaragoza		
Propiedad y forma jurídica		102-5
Entidad Titular		
Mercados servidos		102-6
En relación a cobertura educativa , en el Colegio Montessori se imparten las siguientes enseñanzas: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Montessori Kids</i> - Educación Infantil (3 a 6 años). - Educación Primaria. - Educación Secundaria Obligatoria. - Bachillerato. - Formación Profesional (Grado Medio y Grado Superior). - Cursos de especialización en Formación Profesional. 		
Tamaño de la organización		102-7
Actualmente hay matriculados 1400 alumnos		
Descripción cadena de suministro		102-9
No procede		
Cambios significativos de la organización durante el periodo del informe		102-10
No procede		
Principio de precaución (en el lanzamiento de nuevos productos como gestión del riesgo)		102-11
No procede		
Principios o documentos externos que la organización respalde o este suscrita (Pacto Mundial)		102-12
Adhesión Pacto Mundial		
Asociaciones pertenecientes y función que desempeña en dicha asociación o entidad		102-13
Escuelas Católicas ACADE (socio) CECE Asociación Provincial de Centros		
Información sobre empleados y otros trabajadores:		102-8

CONTENIDO	Año 2022	Año 2023	GRI
nº total empleados por sexo	85 (32 hombres y 53 mujeres)	95 (37 hombres y 58 mujeres)	102-8
nº total empleados por contrato laboral (permanente o temporal) y por región	N/A	N/A	102-8
nº total empleados por tipo de contrato laboral (jornada completa/media) y por sexo	85 (56 C + 29 M) (24 hombres y 32 mujeres)	95 (63 C + 32 M) (27 hombres y 36 mujeres)	102-8

Descripción de trabajadores no empleados (voluntarios, subcontratas...)	N/A	N/A	102-8
---	-----	-----	-------

En 1958 creamos nuestro primer centro de enseñanza denominado San Juan y San Luis Gonzaga en la barriada Andrés Vicente donde se desarrollaban las enseñanzas de párvulos, E.G.B. o Primaria, Secundaria y Formación Profesional.

En 1978 se construyó el Colegio Infantil Montessori situado en el sector de la Romareda, calle Asín y Palacios 18, donde se impartía Educación Infantil de 1 a 6 años.

Posteriormente, en 1982 se traslada el Centro de Formación Profesional a Pedro IV, 12 (también Romareda) en donde se imparten las Enseñanzas de Primer y Segundo grado de Formación Profesional así como las titulaciones privadas, con reconocimiento europeo “Hedam” y “Hedmar”, de Secretariado Internacional y Marketing. Posteriormente, se comenzaron a impartir enseñanzas de Ciclos Formativos de Grado Superior.

En septiembre de 2004, nuestra institución educativa comienza una nueva etapa con la adquisición del colegio “El Carmelo” y el traslado de sus instalaciones de Ciclos Formativos de la Romareda a la calle Lagasca. En el 2013 se trasladan también las enseñanzas de Educación Infantil de Romareda. El nuevo centro surgido, denominado COLEGIO MONTESSORI, imparte, en la actualidad, las siguientes enseñanzas:

- *Montessori Kids* (1 a 3 años)
- Educación Infantil de 3 a 6 años.
- Educación Primaria.
- Educación Secundaria Obligatoria
- Bachillerato *Científico-Técnico y Humanístico*
- Ciclos Formativos:
 - (a) Grado Medio: *Sistemas microinformáticos y redes.*
 - (b) Grado Superior: *Administración y Finanzas.*

Administración de Sistemas Informáticos en Red.

Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma.

Desarrollo de Aplicaciones Web

Marketing y Publicidad.

Educación Infantil (privado)

Integración social (privado)

Transporte y Logística (privado)

(c) Cursos de especialización: *Ciberseguridad*

Las enseñanzas de Educación Infantil, Educación Primaria, Secundaria y Ciclos Formativos están concertadas según lo establecido por la ley orgánica 8/1985 de acuerdo con el Artículo 31(R. D. 2377/85).

A lo largo de estos años se han hecho realidad muchos proyectos, de especial importancia aquellos que

creaban relaciones con empresas e instituciones en las que los alumnos han podido realizar prácticas formativas. Fruto de esas relaciones han sido los nombramientos como centros colaboradores de agentes económicos y empresariales: INEM, DGA, CEPYME, CREA, CEZ, FEC, INAEM.

Durante estos últimos 60 años los centros dependientes de la Fundación María Montessori han cumplido su compromiso formativo con la ciudad de Zaragoza.

El Colegio está situado en el centro de la localidad de Zaragoza, lo que permite el acceso cercano a bibliotecas, centros de salud, transportes públicos, comercios, etc.

En general, las unidades familiares de los alumnos que asisten al Centro están formadas por matrimonios jóvenes con dos hijos, y con un nivel cultural y económico medio. La mayoría son de convicciones religiosas católicas (religión que desean que cursen sus hijos). En los últimos años el Colegio se ha enriquecido paulatinamente con la presencia de alumnos extranjeros. Ante esta realidad, el Colegio se ha volcado con todos los recursos de que dispone (tutorías, apoyos, orientación, etc.).

C.1.3. ÉTICA E INTEGRIDAD

- Nuestra misión, es decir, la razón de la existencia de nuestro colegio, es contribuir a la formación de personas libres y responsables de acuerdo a la filosofía de María Montessori.
- Nuestra visión: el Colegio Montessori tiene como visión ser un centro de máxima calidad, tanto en la enseñanza que impartimos como en los servicios que ofrecemos, sin vinculación a ningún grupo ideológico o religioso.
- Para ello nos guiamos por los siguientes valores:
 - **Conducta ética:** actuamos con profesionalidad, integridad moral, lealtad y respeto a las personas y al propio cuerpo.
 - En el Colegio Montessori fomentamos la responsabilidad, la autoestima, la empatía y la independencia.
 - **Innovación educativa:** sin perder de vista la filosofía de María Montessori, los educadores estamos abiertos a nuevas metodologías e investigamos nuevas estrategias de aprendizaje, manteniendo un equilibrio entre la afirmación de lo que sigue siendo válido y la disposición a renovarse continuamente.
 - **Comunicación:** utilizamos todas sus posibilidades, desde la entrevista personal, hasta el uso de los medios tecnológicos para mantener constante el contacto de alumnos y familias con el centro, lo cual fomenta un perfecto acompañamiento en el proceso formativo del alumno.
 - **Cultura del esfuerzo:** que cada persona dé “lo mejor de sí mismo”.

Trabajando de esta forma conseguiremos que el alumno del Colegio Montessori sea una persona preparada para las necesidades del S. XXI:

- Capaz de **trabajar en equipo** que comparte información y conocimientos para lograr un objetivo común.
- **Autónomo**, que muestra creatividad, iniciativa y liderazgo.
- Con capacidad de **superación**, que se adapta a nuevas situaciones, con la motivación suficiente para progresar.
- **Emprendedor**, que tiene iniciativa en la resolución de los nuevos retos que se le van planteando sin miedo a equivocarse
- Capaz de comunicar en **inglés** y castellano, con seguridad y confianza en sí mismo, sentido común, capacidad de síntesis y dominio de la comunicación no verbal.
- Con buen manejo y conocimiento de las **TICs** y que hace un buen uso de las redes sociales.
- Con **buenos hábitos** alimenticios y deportivos.
- Con **habilidades** para desenvolverse en los distintos ámbitos sociales.

BUENAS PRÁCTICAS

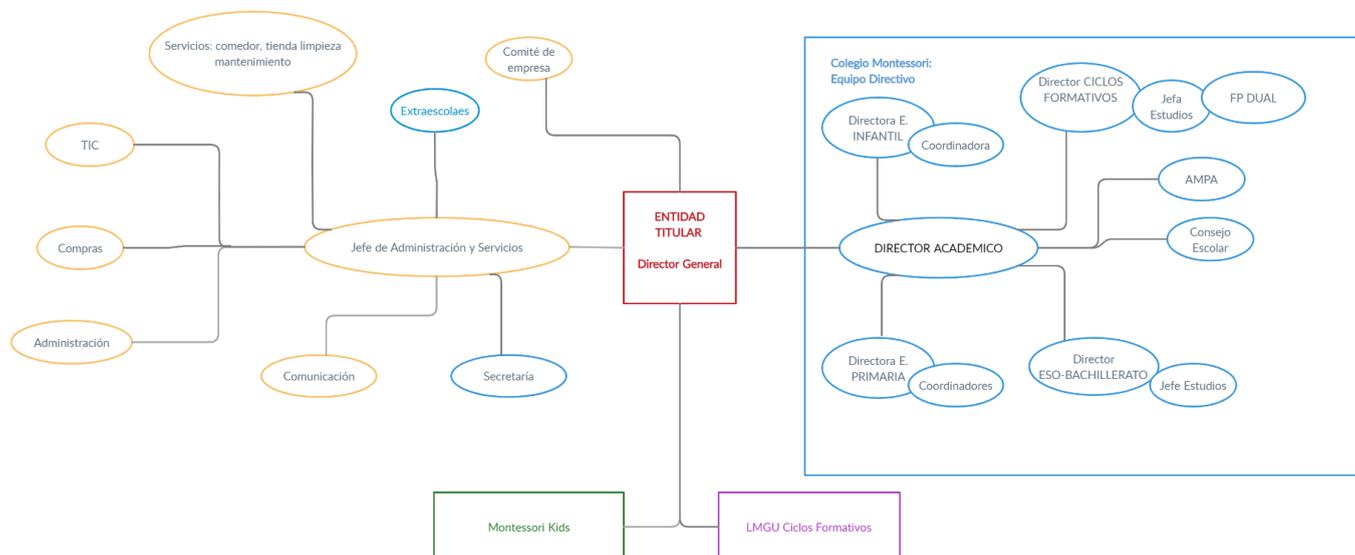
El Reglamento de Régimen Interno es el referente del que disponen todos los miembros de la comunidad educativa en cuanto a comportamientos éticos, ya que se detallan los derechos y deberes de los diferentes miembros que forman parte del Colegio.

COMPROMISOS

Es necesario rediseñar la página web del centro para añadir la pestaña de sostenibilidad en la que se incluya una nueva sección donde se recojan los apartados de los que se compone la responsabilidad social.

C.1.4. GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN

ORGANIGRAMA DEL COLEGIO MONTESSORI



C.1.5. GRUPOS DE INTERÉS

Los grupos de interés de la organización son:

- Los **alumnos**, segmentados por niveles educativos, y sus **familias**, como clientes externos de la organización.
- Los **trabajadores**: personal docente y no docente, como clientes internos.
- Las **organizaciones** y empresas aliadas con las que desarrollamos trabajos en conjunto.
- La **sociedad** en general, como cliente potencial y como perceptora de la educación y formación que proporcionamos a nuestros alumnos, así como del impacto que generamos como consecuencia de nuestra actividad.
- La **Administración Pública** con la que se colabora en ciertas materias, como por ejemplo, relación con Inspección Educativa, intercambio de datos oficiales, Instituto Aragonés de Fomento.
- Otros **colaboradores**: ONGs y voluntariado.

De cara a la gestión individualizada de cada grupo, se fomenta el diálogo en cada reunión. De este modo, podemos conocer las necesidades y expectativas de cada grupo de interés interno de primera mano, pudiendo actuar en consecuencia.

Por su parte, los trabajadores en su conjunto cuentan con el Comité de Empresa, cuya función es representar a los trabajadores en los órganos de dirección del centro.

BUENAS PRÁCTICAS:

Los alumnos de ciclos formativos, cursos de especialización y de Bachillerato han cumplimentado y enviado los cuestionarios de satisfacción relativos al curso 2022-2023 en formato digital, reduciendo así el uso de papel.

COMPROMISOS

Nos proponemos ampliar el alcance de los grupos de interés para el próximo curso en la etapa de Secundaria.

C.1.6. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD Y DATOS DE LA MEMORIA

El continuo intercambio de información con los grupos de interés a través de encuestas, reuniones, encuentros nos permite identificar aquellos aspectos más relevantes sobre los que debemos centrar nuestra atención.

De este proceso hemos determinado que los siguientes temas se consideran materiales para el colegio:

- Salud y seguridad.
- Organización y estructura.
- Excelencia educativa.
- Sostenibilidad económica.
- Satisfacción de clientes, proveedores y/o trabajadores.
- Innovación educativa.
- Recursos humanos.
- Comunicación y Marketing.
- Igualdad.
- Formación continua.
- Compromisos éticos.

Como puntos fuertes o áreas mejor valoradas en las encuestas hemos obtenido el siguiente resultado, que evidencia nuestro permanente empeño en ofrecer calidad a nuestros clientes, es decir, a nuestro alumnado:

- En relación con las expectativas que se manifiestan en el estudio de la materialidad, nuestros alumnos respondieron estar muy satisfechos con la educación y formación recibida, acorde a su nivel de expectativas.
- Los alumnos valoran muy positivamente que durante su etapa escolar han aprendido a trabajar en equipo, a dialogar y colaborar, además de aprender a hablar en público. Con estas actividades, el centro pretende desarrollar habilidades útiles para su futuro laboral.

C.1.7. PLAN ESTRATÉGICO RSC/RSA

OBJETIVOS

A continuación se listan los objetivos del plan estratégico de responsabilidad social:

1. Participar en causas solidarias.
2. Impulsar el reciclaje y el ahorro energético.
3. Garantizar la igualdad de oportunidades en la empresa.
4. Evaluar de forma periódica el grado de satisfacción de alumnos y familias.

ACCIONES

A través de las siguientes acciones se buscará la consecución de los objetivos mencionados anteriormente:

1. Ampliar la red de colaboración con ONGs locales.

El colegio mantiene su firme compromiso con el proyecto M.A.S. de voluntariado. Para que los alumnos puedan desarrollar sus acciones solidarias es fundamental contar con la colaboración de ONGs de nuestro entorno. Además de la Fundación Carlos Sanz, El Refugio y Prokarde, en este curso 22/23 se ha ampliado la red de colaboradores con la Hermandad El Carmen.

La idea es seguir ampliando esta red en cursos sucesivos.

2. Reducir el consumo de papel y plástico.

En todas las aulas existen papeleras para el reciclaje y hay alumnos voluntarios encargados de llevar los residuos a los contenedores indicados.

La existencia de plataformas digitales ha hecho que el consumo de papel se haya reducido drásticamente en los últimos cursos.

3. Reducir el consumo energético.

Este curso, con la crisis energética que ha provocado una subida de los precios de la energía, se han llevado a cabo acciones de concienciación entre alumnos y profesores orientadas a reducir el consumo energético. Se ha hecho especial hincapié en reducir la ventilación del aula y comunicar a la administración aquellas aulas donde la temperatura es elevada para controlar la temperatura en lugar a través del termostato.

4. Poner en marcha el Plan de Igualdad.

En este curso 22/23 se ha redactado el Plan de Igualdad de centro que finalmente ha sido validado por el Ministerio de Trabajo. En este curso se pondrá en marcha la comisión permanente encargada de velar por el cumplimiento del plan y de las acciones que allí aparecen reflejadas.

5. Ampliar el alcance de las encuestas de satisfacción.

En este curso 22/23 se ha ampliado el alcance de las encuestas a las etapas de Bachillerato y cursos de especialización. En los próximos cursos se intentará ampliar a la etapa de Secundaria y también a las familias de Bachillerato.

INDICADORES (KPIs)

Estos indicadores nos ayudarán a certificar que las acciones se están cumpliendo y los objetivos se están llevando a cabo:

Indicador 1: porcentaje de alumnos voluntarios del proyecto M.A.S.

El alumnado de Secundaria y Bachillerato que participa en el proyecto de voluntariado supone una parte importante del alumnado total. Si se amplía la red de asociaciones con las que el colegio colabora será necesario un número de voluntarios mayor. Medir el porcentaje de alumnos voluntarios nos ayudará a conocer los recursos de los que disponemos de cara a ampliar la red de ONGs con las que colaboramos.

Indicador 2: bolsas de residuos de papel y plástico generadas por clase y año.

Cada clase controlará el número de bolsas de residuos generadas. Conociendo este dato podremos marcar objetivos medibles de cara a reducir los desperdicios generados por cada grupo.

Indicador 3: consumo de electricidad y gas.

Desde la administración del centro se controlará el dato mensual de consumo de electricidad y gas y su variación porcentual con respecto a años anteriores. Esta información nos ayudará a conocer si el gasto en energía realmente se está reduciendo.

Indicador 4: personas encuestadas.

El número de personas encuestadas (alumnos y familias) indica el alcance de nuestra campaña de conocer la satisfacción del cliente. La idea es que este número vaya aumentando curso a curso.

Criterio 2. CLIENTES

ENFOQUE GLOBAL

Nuestra misión es la de educar de forma personalizada en conocimientos, valores, actitudes y sentimientos proporcionando una formación integral que prepare a las personas para contribuir de forma activa y responsable al desarrollo individual y el de la sociedad.

El proyecto educativo del Colegio Montessori se apoya en los siguientes pilares:

- Participación activa de toda la comunidad escolar en su gestión.
- Formación humana e integral.
- Respeto a los demás y al medioambiente.

Perseguimos la plena satisfacción de los clientes (alumnos y familias), fomentando el espíritu de pertenencia tanto en clientes (familias y alumnos) como entre el personal, estando en contacto permanente con ellos para conocer sus expectativas y recoger su satisfacción.

Nuestra metodología mantiene la figura del docente como mediador entre el alumno y el conocimiento, como elemento regulador del proceso educativo. Desde la etapa de Infantil, se promueve una metodología activa en la que el alumno se siente protagonista.

En esta memoria, adquirimos los siguientes **compromisos**:

Compromiso	Evolución	Finalizado
Participación activa de las familias.		Sí
Diseñar una encuesta de satisfacción general para todos los alumnos y familias de las etapas de ESO y Bachillerato.	En desarrollo	
Aumentar la eficiencia de las comunicaciones entre el Centro y las familias utilizando canales digitales adecuados.	En desarrollo	

C.2.1. SATISFACCIÓN DE CLIENTE

Las encuestas de satisfacción han sido desarrolladas por el propio Colegio en la plataforma Lime Survey. Se realizan encuestas a todos los alumnos de Ciclos Formativos, Bachillerato y cursos de especialización y se tratan los resultados segmentando estos grupos de interés en etapas. Los resultados se plasman en un informe, de forma que se pueda actuar para mejorar y corregir.

Las encuestas de satisfacción para la etapa de Secundaria no se ha lanzado este curso por motivos organizativos. No obstante, el equipo directivo tiene el compromiso de lanzarlas a lo largo del curso 2023-2024.

Además, disponemos de mecanismos definidos para la identificación de mejoras mediante encuestas, tutorías, buzones de quejas y sugerencias, reuniones con dirección, etc.

El colegio se halla constantemente en búsqueda de innovaciones educativas, que son la base de los servicios que ofrece a sus clientes.

C.2.2. INNOVACIÓN EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

La mejora continua en la educación de los alumnos ha sido siempre uno de los elementos diferenciales del Colegio Montessori, marcado por un constante y permanente proceso de evaluación y formación.

En este sentido, el Centro es consciente de la velocidad vertiginosa a la que está cambiando el sector educativo y siente la necesidad de dar respuestas a las necesidades educativas de los alumnos y ayudarles a desarrollar actitudes, hábitos y destrezas que les hagan sentirse mejor con los demás y consigo mismos, así como estar preparados para afrontar el futuro con más y mejores conocimientos, habilidades y herramientas. Por ello, cada curso se revisa la práctica docente con el fin de aportar un mayor valor a través de la enseñanza.

BUENAS PRÁCTICAS:

Contamos con profesores de apoyo y aulas de desdobles en determinadas asignaturas según las necesidades de cada curso. Se ha continuado desarrollando las siguientes acciones:

- Renovación de equipos informáticos.
- Instalación de pantallas interactivas en las aulas.
- Plan de atención personalizada a alumnos/as y familias.
- Reuniones de coordinación para optimizar la actividad educativa entre las diversas etapas educativas.

C.2.3. CALIDAD DEL SERVICIO

Como centro educativo, existe un asesoramiento sobre la educación que ofrecemos a través de la realización de entrevistas personales previas a la incorporación de las familias al Centro, así como a través de tutorías personalizadas a lo largo del curso.

Además, el Departamento de Orientación se centra en las tareas de prevención, diagnóstico, intervención y supervisión del proceso educativo de los alumnos, al mismo tiempo que asesora al equipo de profesores en su labor docente. Sus funciones son las de ayudar, reforzar y coordinar la acción tutorial, buscando el desarrollo integral del alumno.

BUENAS PRÁCTICAS:

Al ser la convivencia un pilar en nuestro centro, el Departamento de Orientación coordina junto con el Equipo Directivo el Programa Hermano Mayor para las etapas de Primaria y Secundaria. Este programa busca que alumnos/as de cursos superiores hagan de guía y tutoricen a alumnos/as de cursos inferiores que se incorporan al Colegio o a la etapa.

Este programa se ve ampliado con la participación activa de antiguos alumnos/as del Centro que imparten charlas o participan en coloquios para aconsejar al alumnado actual sobre cuestiones relativas a la Universidad, la Formación Profesional, el emprendimiento o la incorporación al mercado de trabajo.

COMPROMISOS

Ampliar el alcance de estos programas que favorecen la convivencia entre el alumnado a más etapas del Centro.

C.2.4. TRANSPARENCIA INFORMATIVA SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO

El Centro realiza diferentes sesiones de Jornadas de Puertas Abiertas para publicitar y mostrar las instalaciones y el funcionamiento del mismo a las familias interesadas.

El Colegio proporciona una completa carta de servicios donde se difunde información detallada de sus características, particularidades, requisitos de acceso y beneficios de uso. Cuando se introduce algún servicio nuevo se informa a los clientes y al personal y, si es necesario, se amplía la información de forma presencial.

Durante este curso, el área de Marketing ha puesto en marcha un plan de comunicación integral que abarca desde la publicidad en prensa o radio hasta la actividad en redes sociales. En todo momento se ha velado por dar una imagen veraz del Centro cumpliendo con la legislación vigente en cuanto a Protección de Datos.

BUENAS PRÁCTICAS:

Este curso se han realizado mejoras en la página web del Centro para que las familias interesadas puedan solicitar información sobre los diferentes servicios que ofrecemos de manera directa. Dichas solicitudes son redirigidas de manera automática a los responsables de etapa que pueden ponerse en contacto con los interesados a través de diversos canales. Estas mejoras han hecho que la comunicación entre el Centro y las familias sea más ágil y el intercambio de información más cómodo.

Criterio 3. PERSONAS

ENFOQUE GLOBAL

El Colegio ha adquirido los siguientes compromisos:

- Adaptar y mejorar el Plan de Formación a las peticiones del personal en la medida que se corresponda con el Proyecto Educativo.
- Mantener el uso de encuestas internas que sirvan para evaluar el bienestar de nuestros empleados.

C.3.1. SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS EMPLEADAS

A mitad de curso se realizan encuestas a los empleados del Centro para conocer su punto de vista sobre el funcionamiento interno. Estas encuestas buscan la detección de ineficiencias y puntos de mejora y son estudiadas a fondo por el equipo directivo. Asimismo, se llevan a cabo reuniones con el Comité de Empresa para tratar temas como la flexibilidad o los beneficios sociales de los empleados...

C.3.2. IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y NO DISCRIMINACIÓN

Este curso se ha puesto en marcha el Plan de Igualdad y su comisión permanente de seguimiento. Tradicionalmente, el Colegio ha tenido y tiene un mayor número de mujeres que de hombres trabajando en él. Como dato más significativo, nunca se han establecido diferencias en cuanto a retribución ni de ningún otro tipo atendiendo al género de las personas. Los distintos niveles retributivos dependen solo de la titulación y/o función desempeñada y son transparentes, adaptándose al Convenio Colectivo de trabajadores.

- Composición de Órganos de gobierno:
 - Equipo Directivo: 12 (6 hombres, 6 mujeres)
 - Consejo escolar: 15 (9 mujeres, 6 hombres)
- Composición de la plantilla:
 - Total: 95 (37 hombres, 58 mujeres)
 - Dedicación total: 63 (27 hombres, 36 mujeres)
 - Dedicación parcial: 32 (10 hombres, 22 mujeres)

C.3.3. CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y LABORAL

Dentro de las limitaciones y posibilidades que ofrece el horario de un docente, el Colegio intenta siempre responder a las necesidades de conciliación con la vida familiar. Se admiten las peticiones de reducción de jornada por conciliación familiar adaptando el horario del curso para que inicien las jornadas más tarde o las finalicen antes.

C.3.4. FORMACIÓN Y FOMENTO DE LA EMPLEABILIDAD

La formación continua de los docentes es condición necesaria para que el Colegio siga siendo un referente. El objetivo es formar a todo el claustro de profesores en las metodologías activas de trabajos por proyectos y aprendizaje cooperativo utilizando la tecnología como herramienta de aprendizaje.

Cabe destacar la existencia de varios desfibriladores en el Colegio y de un equipo amplio de personas, que han realizado la formación exigida para su uso correcto en caso de necesidad.

Contamos con una persona encargada de elaborar y gestionar el Plan de Formación Anual. Asimismo, cabe destacar el elevado número de cursos y formaciones que los profesores realizan con el fin de mejorar la práctica diaria.

C.3.4. SEGURIDAD Y SALUD

Existe un comité de Prevención de Riesgos que vela por la seguridad y la salud de los trabajadores. Además, tenemos contratada con la Mutua MAZ el servicio de prevención de riesgos laborales.

En cuanto a las acciones concretas cabe destacar:

- Formación en Primeros Auxilios para todo el personal docente y no docente.
- Revisión de los protocolos de actuación en caso de accidente y/o emergencia.
- Revisión de riesgos y medidas preventivas en cada puesto de trabajo.
-

Criterio 4. PROVEEDORES

ENFOQUE GLOBAL

La elección de proveedores no solo se realiza en base a criterios económicos sino también a una evaluación de aspectos sociales y ambientales. Se tiene en cuenta, además, las iniciativas emprendidas en materia de responsabilidad social corporativa y otros factores considerados de riesgo (productos procedentes de fuera de la OCDE, etc.)

En cuanto a los compromisos adquiridos, cabe destacar que el Centro se compromete a establecer reuniones específicas con el máximo número posible de proveedores para consensuar acciones y estrategias relacionadas por la Responsabilidad Social. El Colegio tiene bien diferenciados los tipos de colaboraciones, Alianzas con entidades de beneficio mutuo, o de valor específico para el centro o sus clientes y Proveedores de materiales o servicios directamente asociados a los servicios del Centro.

Cabe destacar que el Colegio Montessori cuenta con cocina propia en sus instalaciones, lo que permite ofrecer una mayor calidad en sus menús utilizando en ellos productos de proximidad. Se hace una evaluación periódica de proveedores para determinar si se sigue o no trabajando con ellos.

Dentro de los servicios más importantes que contrata el Colegio se encuentran los proveedores de tecnología (cañones, portátiles, etc.), editoriales, prevención de riesgos laborales, uniformes, etc. Para dichos servicios contamos con proveedores ya consolidados en el mercado, realizando un seguimiento anual que nos permite valorar la calidad del servicio prestado.

C.4.1. COMPRAS RESPONSABLES

Se selecciona el proveedor en función de la calidad del producto o servicio, el precio y la procedencia del proveedor para fomentar el desarrollo local. No solo criterios económicos, sino también sociales, medioambientales y de proximidad, considerando positivamente que algunos también son poseedores del sello RSA.

C.4.2. CLASIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES Y HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

Se hace una evaluación periódica de proveedores para determinar si se sigue o no trabajando con ellos.

Criterio 5. SOCIAL

ENFOQUE GLOBAL

Desde el Colegio consideramos que nuestra labor es puramente social, puesto que la Educación que proporcionamos a nuestros alumnos, repercute directamente en la Sociedad en la que vivimos, tanto en aspectos económicos como medioambientales y, evidentemente sociales.

El Colegio en su desempeño diario forma a sus alumnos para que estos tengan una visión amplia y cosmopolita del mundo, basada en el respeto al individuo, a la naturaleza, y a cualquier opción política, sexual y/o religiosa.

El Centro ha adquirido los siguientes compromisos:

COMPROMISO	EVOLUCIÓN	FINALIZADO
Aumentar la visibilidad y mejorar la imagen social del Colegio en todos los estamentos de la sociedad.	En desarrollo	
Inculcar en nuestros alumnos la generosidad personal que conllevan las acciones sociales.	En desarrollo	
Introducir los ODS en proyectos interdisciplinarios y actividades complementarias	En desarrollo	
Participar en campañas solidarias en colaboración con diferentes ONGs locales	En desarrollo	

El Centro potencia la generosidad entre los alumnos a través de acciones solidarias recogidas en el proyecto M.A.S. (Montessori, Acción y Servicio). Se trata de un proyecto orientado a fomentar entre los estudiantes el compromiso y la responsabilidad social con su comunidad. Realizan labores fuera y dentro del aula que completan su dimensión personal.

BUENAS PRÁCTICAS:

El Centro, dentro de su proyecto M.A.S. (Montessori, Acción y Servicio), colabora en diferentes acciones que buscan la consecución de los ODS y su difusión entre alumnado y familias:

- Campaña solidaria de recogida de leche y aceite para el banco de alimentos de la **Hermandad El Carmen**.
- Campaña de recogida de alimentos y ropa (**Campaña KILO**) para la Hermandad del Refugio que ayuda a personas en riesgo de exclusión social.
- Participación en el Programa “**Aprendiendo a Emprender**” donde una parte de los beneficios recogidos con la venta de productos ha sido donada a la **ONG Prokarde**.
- Colaboración con la **Fundación Carlos Sanz** en diferentes ámbitos: participación de alumnos voluntarios en la carrera solidaria “Muévete por la donación de órganos” y recogida de material escolar para alumnado en riesgo de exclusión.
- La **campaña de reciclaje** en la que participan alumnos voluntarios, encargados de velar por el buen uso de las papeleras, la clasificación de los materiales y el transporte de las bolsas a los puntos de reciclado.
- Campaña de **reducción del consumo de luz y agua**, donde han participado alumnos voluntarios encargados del apagado de luces y la revisión de los baños.
- Actividades complementarias de concienciación del cuidado del **medio ambiente** que incluyen visitas a espacios protegidos. Además, en la etapa de Secundaria, el alumnado de 2ºESO ha participado en un proyecto de **limpieza y recuperación** de las riberas del río Huerva, espacio natural cercano al propio Colegio.
- Celebración del **Día de la Mujer en la Ciencia** para promover la igualdad en el ámbito STEAM.
- Participación en la campaña “**Soy científica, vivo en tu barrio**” que busca acercar referentes femeninos del mundo de la Ciencia a los alumnos.

COMPROMISOS

- Seguir difundiendo los ODS entre nuestros alumnos y familias.

C.5.1 IMPACTO DE GESTIÓN

Se hace especial hincapié en la cultura de la solidaridad para que los alumnos se involucren en actividades

sociales en beneficio de la sociedad y de los grupos más desfavorecidos. Dos profesores se encargan de gestionar la Comisión de Solidaridad del Centro con el fin de potenciar acciones solidarias en las que participen todos los miembros de nuestra Comunidad.

C.5.2. ALINEACIÓN DE PROYECTOS SOCIALES CON LA ESTRATEGIA

Se desarrollan proyectos, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos y revisión de los resultados obtenidos. Como ejemplos, cabe destacar Becas de enseñanza, Becas de comedor y servicios complementarios. El colegio Montessori, a través de las Redes Sociales y de su página web, publica estas actividades y eventos sociales.

C.5.3. TRANSPARENCIA CON EL ENTORNO

Las actuaciones en materia de solidaridad se difunden a las personas empleadas, a voluntarios y a otros grupos de interés expresamente implicados. Existe una comisión de solidaridad que tiene como funciones desarrollar actuaciones concretas en materia social, promoverlas y compartirlas con el personal, alumnos y familias.

C.5.4. CANALES DE COMUNICACIÓN

El colegio difunde los proyectos educativos que desarrolla principalmente a través de las plataformas educativas *Clickedu* e *IesFácil*, y a través de las redes sociales, en concreto, Facebook, Instagram y Twitter. En ocasiones, la información y comunicación de actividades aparece en prensa local (El Periódico de Aragón y El Heraldo).

Además, este curso se ha instaurado el uso de una newsletter para comunicar las principales novedades de todas las etapas académicas entre el profesorado.

BUENAS PRÁCTICAS:

En el Colegio hay una persona responsable de comunicación encargada de actualizar la página web del Centro y de publicar en las redes sociales todas las actividades relevantes, fuera y dentro de nuestras instalaciones, que realizan los alumnos para conocimiento de sus familias y para la sociedad, en las que se incluyen las actividades en materia social.

Criterio 6. MEDIOAMBIENTAL

ENFOQUE GLOBAL

La actividad fundamental del Colegio es la Educación. La primera medida del análisis del impacto ambiental que puede producir el centro (emisión de CO₂ por consumo de energía eléctrica y calefacción, potabilización, consumo y depuración de agua, reciclado de papel y residuos) es concienciar a toda la comunidad que asiste y trabaja en el Colegio de la importancia de revisar dicho consumo y de reciclar.

COMPROMISO	EVOLUCIÓN	FINALIZACIÓN
Reciclado de papel y plástico desde las aulas	En desarrollo	
Optimización de la eliminación de residuos orgánicos y papel	En desarrollo	
Campaña para sensibilizar acerca del cambio climático y acciones efectivas para contribuir a su deceleración.	En desarrollo	

C.6.1. IMPACTO AMBIENTAL

En todas las etapas se realizan proyectos de reciclaje y campañas de sensibilización con el fin de concienciar de los beneficios y perjuicios que cada una de nuestras acciones cotidianas pueden significar para el planeta. Se aprovecha la transversalidad del Currículum para trabajar los temas medioambientales de todas las etapas.

El proyecto M.A.S. organiza actividades para implicar a los alumnos en este tipo de actividades de defensa medioambiental.

C.6.2. ESTRATEGIA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

El colegio mantiene un compromiso permanente con el respeto al medioambiente, tanto desde el punto de vista de la reducción del impacto ambiental derivado de nuestras actividades, como de la concienciación de todas las personas relacionadas directa o indirectamente con nosotros: estudiantes, familias, trabajadores, proveedores.

Cada curso se llevan a cabo acciones encaminadas a reducir nuestro consumo energético, mejorar la eficiencia y controlar el gasto de agua y papel, aspectos todos ellos de gran influencia en el cambio climático. Se comunican interna y externamente al claustro y a familias a través de la memoria anual.

Para conseguirlo, se llevan a cabo las siguientes actuaciones:

- Se informa de manera periódica de la necesidad de reducir el consumo de papel.
- Se fomenta la educación digital: Clickedu, IESFacil y GSuite.

C.6.3. GESTIÓN AMBIENTAL

Los aspectos medioambientales se integran en todos los procesos del Colegio. La implantación de plataformas

como *Clicedu*, *IesFacil* y *GSuite* permiten la gestión documental electrónica, permitiendo reducir el consumo de papel.

Asimismo, en la adquisición de mobiliario se tienen en cuenta también los criterios medioambientales tales como los materiales de fabricación.

BUENAS PRÁCTICAS:

Se ha potenciado el uso de la aplicación *Drive*, perteneciente a la plataforma *GSuite*, para la elaboración de documentos en línea y su posterior almacenado en la nube. De esta manera se reduce el consumo de papel y el número de impresiones.

C.6.4. COMUNICACIÓN AMBIENTAL

Aprovechando la transversalidad de los currículos de las asignaturas se incorporan actuaciones en materia ambiental que se comunican al personal, a las familias y a los alumnos para pedir su participación activa. Asimismo, se han incorporado en las noticias que se publican en las redes sociales del colegio, todas las acciones relativas a reducir el impacto humano en cambio climático.