

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**BRAVO! ESPACIO MÚSICA S.C.**

CIF:J22393813

C/José Castán Tobeñas 52, Bajos

22005 - Huesca

Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

BRAVO! ESPACIO MÚSICA S.C.

(Centro Autorizado Profesional de Música)

#### 02 - Dirección - CP - Población

C/ JOSÉ CASTÁN TOBEÑAS 52, LOCAL 1. BAJO

22005. Huesca.

#### 03 - Sector. Actividad

EDUCACIÓN MUSICAL.

OFRECEMOS ENSEÑANZA MUSICAL REGLADA Y NO REGLADA, ASÍ COMO INICIACIÓN MUSICAL A EDAD TEMPRANA, Y ENSEÑANZA PERSONALIZADA PARA ADULTOS.

#### 04 - Año comienzo actividad.

2014

#### 05 - Número de personas empleadas

La empresa consta de 9 empleados, más los 2 socios fundadores

#### 06 - Persona contacto

Marta Martínez Sarasa

Alejandro Escuer Coronas

#### 07 - E-mail contacto

info@bravoespaciomusica.com

#### 08.- Página web

www.bravoespaciomusica.com

### GENERAL

#### Tendencias Globales

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

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento

de la legalidad)

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

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

### **1.1 Información adicional**

Al tratarse de un centro educativo autorizado por el Gobierno de Aragón, los cambios políticos se deben tener en cuenta de forma inmediata. La planificación anual del centro se elabora siguiendo la normativa vigente en cada momento.

Por otro lado, cualquier cambio económico a nivel global afecta directamente a nuestra empresa, al tratarse de una actividad extraescolar no obligatoria.

Desde el punto de vista tecnológico, tenemos que estar al corriente de las últimas novedades y tendencias en cuanto a las tecnologías de la información y de la comunicación.

Todos estos puntos se tuvieron especialmente en cuenta en los cursos anteriores, a raíz de la crisis generada por el COVID-19, razón por la que tuvimos que estar constantemente informándonos sobre las nuevas normativas de actuación para hacer frente a la pandemia, así como adaptarnos a las clases en modalidad online, adecuando nuestros equipos y nuestra forma de impartir clases.

Desde el área de comunicación se mantiene actualizada la página web, y se es activo en redes sociales externalizando incluso, algunos servicios a empresas especializadas.

Por último, contamos con un plan de igualdad de género, raza, edad, religión, etc., donde consideramos a todas las personas iguales, ofreciendo las mismas condiciones laborales para todos.

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

Si

#### **2.1. Información adicional**

No es que creamos que puedan enfrentarse, es que es nuestra obligación como pequeña empresa afrontar los temas anteriores para que nuestro negocio funcione y sea sostenible en el tiempo.

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

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

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

### 3.1. Información adicional

Desde Bravo Espacio Música siempre hemos apostado por el trabajo en equipo y la socialización. Por esa razón, el centro incluye actividades (en especial durante el 3º trimestre) de manera gratuita donde el alumnado pueda participar en actividades de orquesta y música de cámara. De esta manera cada miembro del grupo se hace responsable de su papel en la interpretación, a la vez que se ponen en marcha numerosas estrategias (escucha hacia la interpretación de los demás, diferenciación de los planos sonoros, puntualidad, organización del material previo a la interpretación...) a fin de lograr una interpretación conjunta de calidad. Además el concierto final suele ser temático buscando siempre un hilo conductor que sirva como nexo de unión. Por poner algún ejemplo, en los últimos cursos se ha venido haciendo hincapié en el respeto hacia otras culturas, la importancia de la amistad, el respeto hacia nuestro mundo y el medioambiente, el respeto hacia las personas mayores, etc.

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

#### 4.1. Información adicional

No existe presupuesto como tal, pero si dedicamos parte de horas de nuestro trabajo en realizar conciertos con fines benéficos o sociales o colaboraciones con diferentes entidades. Por poner algunos ejemplos, en cursos anteriores hemos colaborado con el Festival Inclusivo de Creatividad "DIVERSARIO 2024", que en su acto inaugural en la Diputación de Huesca, ofreció un pequeño concierto de una de nuestras alumnas junto con otra intérprete de piano, o con la asociación ASPANOA (Asociación de Padres de Niños con Cáncer en Aragón).

### Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

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

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

#### 5.1. Información adicional

Desde nuestra empresa mantenemos contacto directo con los grupos de interés (padres de alumnos, alumnos, proveedores, profesores, personal de servicio, instituciones educativas y locales, etc.), a través de correos electrónicos, reuniones personales y periódicas, tutorías, etc.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

#### 6.1. Información adicional

Consideramos fundamental escuchar y analizar las necesidades de nuestros grupos de interés. Para ello, mantenemos reuniones regulares:

- Con los padres de los alumnos, para conocer su grado de satisfacción, conocer sus inquietudes, necesidades y apoyos educativos.
- Con los empleados de nuestra empresa, para interesarnos por el funcionamiento de sus clases, resolver problemas con padres o alumnos, ofrecerles ayuda educativa y personal.
- Con los proveedores, estableciendo una simbiosis que permita establecer el apoyo mutuo entre ambas partes.
- Con las instituciones educativas y locales, para asegurarnos de que en todo momento cumplimos con la normativa e intentar aportar servicios culturales a nuestra ciudad.

## **Gobierno de la organización**

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

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

#### **7.1. Información adicional**

El código de la empresa se elabora desde la dirección de la misma, a su vez responsable de todas las personas que trabajan en ella y encargada de transmitir dicho código entre los trabajadores. Existen documentos como el proyecto educativo de centro o el proyecto curricular, y se establecen reuniones, además de mantener un contacto fluido con los trabajadores para garantizar que se siga la línea que marca la empresa o sus responsables.

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

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

#### **8.1. Información adicional**

La dirección de la empresa establece un Plan de Centro, que recoge las características del alumnado, contexto del centro, funciones de cada miembro de la comunidad, etc. Este documento, en constante actualización, año tras año, es conocido por todos los miembros de la empresa, y fundamentalmente por los docentes del mismo, quienes a partir de él elaboraran sus programaciones didácticas, (documentos donde aparecen reflejados los objetivos, contenidos, criterios de evaluación, mínimos exigibles...) que deben guiar la práctica docente.

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

#### **9.1. Información adicional**

Hay aspectos consolidados en nuestra empresa y que consideramos de carácter primordial, como la transparencia, la sostenibilidad en el tiempo, el respeto a las personas empleadas, y estamos inmersos en crear un plan capaz de abarcar más campos como el respeto al medio ambiente o la relación con los proveedores, entre otros.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

##### **10.1. Información adicional**

Actualmente no hay plan de responsabilidad social como tal, aunque estamos trabajando en la elaboración del mismo incluyendo aspectos consolidados y revisando aquellas áreas que consideramos se deben mejorar. De cualquier manera, se trata de colaborar siempre que hay ocasión en aspectos sociales, y muestra de ello fue la colaboración de nuestra alumna María en la gala de inauguración del Festival Inclusivo "DIVERSARIO 2024", celebrado en el Auditorio de la Diputación de Huesca, o la colaboración de nuestro alumnado de Conservatorio en los "Tardeos culturales" del Palacio Villahermosa, en los años 2024 y 2025, con los que se ha pretendido dinamizar este emblemático espacio y llevar la cultura y el arte a la gente, a través de pequeñas actuaciones semanales llevadas a cabo en la entrada a dicho Palacio.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

#### **11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?**

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

##### **11.1. Información adicional**

Mantenemos una relación cercana y comunicativa con nuestros clientes (entendiendo éstos como padres o madres de nuestros alumnos/as, o ellos mismos en casos de mayoría de edad) con hechos como por ejemplo:

- Las puertas de nuestras clases siempre están abiertas para que cualquier padre o madre pueda ver e involucrarse en la educación musical de sus hijos e hijas. De hecho, durante la etapa de infantil recomendamos que los niños o niñas vengán acompañados de una persona adulta a fin de crear un vínculo entre padres, profesores y alumnos, ya que son los 3 pilares fundamentales de la educación.
- Realizamos tutorías individualizadas, en formato online o presencial, cuando los padres o madres nos lo piden o detectamos alguna anomalía en el funcionamiento de alguna clase o de algún alumno/a, como ejemplo de calidad educativa y educación en valores.
- Los padres y madres participan activamente dentro de la comunidad educativa colaborando en actividades fuera del horario lectivo como pueden ser ensayos y conciertos o audiciones.
- Un alto número de nuestros clientes asisten de manera sistemática a las actividades que proponemos fuera del horario escolar y de las clases habituales.

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

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

### **12.1. Información adicional**

Nuestros servicios y mejoras van destinados a nuestros alumnos/as, en la mayoría de los casos menores de edad. Con lo cual, a la hora de ofrecer y vender nuestros servicios, tenemos que despertar el interés en los niños por la música así como en los padres y madres, que realmente son los que "compran" nuestros productos.

Para éstos últimos, intentamos mejorar nuestros servicios a base de la observación y de la experiencia de nuestra empresa en estos años.

Hemos observado y contrastado que, aunque la mayoría de nuestros clientes eligen nuestra academia por la calidad educativa, hay factores como la proximidad a la vivienda o trabajo y las horas que los niños pasan en nuestros centros, que influyen en la elección y permanencia. Por eso, todos los principios de curso intentamos hacer unos horarios comprometidos con las familias, donde procuramos concentrar las horas semanales en los menores días posibles, especialmente cuando acude a clase más de un miembro de la misma.

También, hemos constatado que el trabajo en pequeños o grandes grupos instrumentales es un aliciente para el alumnado, además de las clases individuales, razón por la que en los últimos cursos hemos ido implementando asignaturas como la orquesta o los grupos de música de cámara.

Por otro lado, cada año realizamos actividades fuera del horario lectivo, como pueden ser: audiciones, conciertos temáticos, conciertos pedagógicos, etc., dónde involucramos a los alumnos/as haciendo que participen en los mismos fomentando el enriquecimiento musical, desarrollando la interpretación en público y permitiendo que éstos adquieran las competencias culturales, artísticas y sociales utilizando la música como medio de expresión y comunicación.

Así mismo, ante la gran aceptación de nuestro campus musical infantil, para niños de 3 a 8 años, decidimos apostar y dar la oportunidad a los alumnos más mayores de participar en un segundo campus, el cual desarrollamos fuera de la ciudad de Huesca, 24 horas al día, para de esta manera lograr a través de la música la unión de personas de diferentes edades e instrumentos, contribuyendo al desarrollo de la autonomía, la cooperación, el trabajo en equipo, la socialización y fomentando el desarrollo integral de los alumnos.

## **Innovación en los productos y servicios**

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

Se planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

#### **13.1. Información adicional**

Todos los principios de curso planificamos y plasmamos por escrito los objetivos y contenidos que queremos que cada grupo de alumnos alcance a final de curso.

Para que los alumnos alcancen las metas propuestas utilizamos métodos vanguardistas e innovadores en educación como son: el método suzuki, el método music mind games, max

y mía, etc. además de combinar las clases individuales y grupales en diferentes formatos. Siendo conscientes de que la educación requiere una constante formación por parte de los docentes y que para innovar es necesario absorber una gran cantidad de información procedente de diversas fuentes y corrientes pedagógicas a fin de transmitir los conocimientos a los alumnos, los profesores de nuestro centro están activos en cuanto a formación pedagógica y activos periódicamente en orquestas y agrupaciones a nivel nacional e internacional.

Asimismo, se evalúa durante y a final de curso, mediante reuniones periódicas con todos los profesores del centro y miembros de la comunidad educativa, el progreso y resultado de los alumnos, transmitiendo a las familias los aspectos positivos y los aspectos que mejorar. Esta evaluación permite, no solo comprobar el proceso de enseñanza aprendizaje, sino también evaluar nuestra propia práctica docente.

Por último, y con el ánimo de ajustar lo mejor posible nuestros productos a los requerimientos de nuestros clientes, durante los primeros meses de curso se va haciendo un sondeo para conocer el número aproximado de alumnado interesado en hacer el campus urbano de verano, y muy especialmente el campus instrumental que se realiza fuera de Huesca, para así poder buscar los espacios y actividades más adecuados que garanticen el éxito y el aprovechamiento de esta actividad, que es por otra parte, una de las más valoradas tanto por el alumnado como por las familias.

## **Calidad de los productos y servicios**

### **14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?**

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

#### **14.1. Información adicional**

El producto ofrecido a nuestros clientes, en este caso la educación musical, se realiza a partir de la colaboración y la comunicación fluida y continua entre los diferentes miembros de la entidad, con vistas a garantizar una interdisciplinariedad y un aprendizaje significativo, además de procurar que la misma se lleve a cabo de la manera más individualizada posible en función de los gustos o necesidades musicales de cada persona, y que se posibilite siempre que las circunstancias lo permitan, una adecuada conciliación familiar y una mejora en la logística de transporte hasta el centro, a través de un horario compacto que se pueda realizar en los mínimos días posibles.

### **15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?**

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

#### **15.1. Información adicional**

Ofrecemos un servicio de asesoramiento a antiguos alumnos que solicitan nuestros servicios para poder responder sus dudas, preocupaciones, futuro profesional, etc. En algunos casos, las familias mantienen el contacto con nosotros para recibir ayuda en aspectos técnicos o en otros para mantenerse informados y poder asistir a las diferentes actividades que proponemos (campus musicales, conciertos, etc.).

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

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

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

#### **16.1. Información adicional**

Ofertamos a nuestros clientes un plan individualizado a la hora de escoger una determinada especialidad en nuestro centro. Es decir, se orienta al alumnado según la edad a cursar únicamente iniciación o lenguaje musical, o en el caso de encontrarse en una edad o situación adecuada, se les ofrece una prueba de instrumento gratuita, en la que los discentes prueban aquellos en los que quedan plazas vacantes para ese año, y donde cada docente asesora a los alumnos y a los padres y madres sobre las cualidades de cada instrumento, y si lo hubiere, algún tipo de imposibilidad o riesgo que conllevara la elección. De la misma manera, proporcionamos junto a la preinscripción una ficha con información escrita sobre los precios y datos de interés de las diferentes vías y posibilidades de estudios en nuestra escuela, cuantía de las matriculaciones en función de la modalidad, funcionamiento de las recuperaciones de clase, plazos para indicar la baja en el centro, etc.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

#### **17.1. Información adicional**

Conocemos el grado de satisfacción de nuestros empleados mediante reuniones o charlas específicas de manera periódica y de forma individualizada. Además, nos mostramos abiertos a cualquier sugerencia que, en la línea de actuación del centro pueda proponer cualquier docente, y estamos dispuestos a modificar los elementos necesarios que estén al alcance de nuestra mano para mejorar el bienestar del profesorado, lo cuál influye también directamente en el proceso de enseñanza y en el bienestar del alumnado.

### **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

#### **18.- ¿Cómo se garantiza en su organización 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 cultura)?**

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

#### **18.1. Información adicional.**

La elección de nuestros empleados se realiza mediante selección de CV académico y laboral, por lo que en ningún caso realizamos discriminación de género, raza, edad, religión, etc., sino que elegimos a la persona por su formación, experiencia y por su capacidad de adaptarse y actuar de acuerdo a la línea de la empresa.

Partiendo de la dirección de la empresa, en la que somos dos socios de distinto género, el considerar a todas las personas por igual hace que nuestro equipo sea heterogéneo en muchos aspectos, comprometiéndonos con la igualdad de oportunidades y la no discriminación. Por ejemplo, contamos con un número similar de mujeres y hombres, contamos con personas de otros países, el rango de edad de nuestra plantilla agrupa a personas desde los 24 hasta los 64 años, etc.

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

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

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

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

Los horarios de los trabajadores se ajustan a sus situaciones familiares y/o profesionales, teniendo en cuenta, a la hora de elaborarlos, sus intereses.

Es decir, se ofrece la posibilidad de comprimir los horarios siempre que sea posible, de manera que por ejemplo, en lugar de asistir 5 días, puedan hacerlo únicamente en 4, teniendo así 3 días libres por semana.

Facilitamos el compaginar la práctica docente en nuestro centro con su formación académica, con la realización de conciertos externos a nuestra empresa, recitales, etc, siempre previa presentación de un plan de recuperación lectivo que garantice el menor impacto en el desarrollo de las clases y en la evolución del alumnado.

Permitimos a los trabajadores llegar más tarde o salir más pronto de su puesto de trabajo cuando los alumnos no acuden a sus clases, posibilitando el que nuestros empleados estén más tiempo con sus familias.

Los hijos/as de los empleados de nuestra empresa acuden gratuitamente a los campus que realizamos en verano, y además se benefician de un descuento de más del 50 % de la tarifa establecida para el público en general.

## **Formación y desarrollo profesional**

### **20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?**

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

#### **20.1. Información adicional.**

Se plantean a los profesores diferentes cursos pedagógicos y de su especialidad, así como charlas educativas fuera de nuestro centro con el objetivo principal de mejorar nuestra oferta educativa y como beneficio para su desarrollo personal y profesional.

Además, se anima a los profesores a formarse en el Máster de Formación de Profesorado, de cara a mejorar y a adquirir más herramientas pedagógicas que beneficien el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Cada principio de curso ofrecemos unas sesiones formativas muy específicas sobre el trabajo a llevar a cabo en las clases y así, compartir experiencias y metodologías desde diferentes puntos de vista.

Por último, inculcamos a todos los docentes la importancia de observar las clases de otros profesores.

## **21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

### **21.1. Información adicional.**

Al incorporarse al puesto de trabajo, cada persona recibe una formación complementaria a la ya exigida previamente relacionada con el funcionamiento del centro, y adaptada en función de las características de los grupos de alumnado que vaya a gestionar. Esta formación se llevará a cabo más especialmente en el caso de los docentes encargados de grupos de infantil y primeros cursos de primaria, en los que se hará un mayor hincapié en la adecuada conjunción de aspectos lúdicos y pedagógicos a la hora de impartir la enseñanza musical, aspectos éstos considerados como indispensables en la filosofía educativa del centro.

## **Seguridad y Salud**

### **22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

#### **22.1. Información adicional.**

Cada inicio de curso se hace una pequeña charla informativa por parte de los responsables y con ayuda de una empresa externa, sobre los riesgos que puede conllevar el desempeño de las actividades laborales de la empresa, incidiendo siempre en la necesidad del mantenimiento de unos hábitos posturales saludables, la realización de estiramientos previos y posteriores a la práctica musical, debido a la posición poco ergonómica que presentan algunos instrumentos, la protección en determinados casos de los oídos ante sonidos fuertes, o la forma de tratar de manera saludable con alumnado y familiares, etc.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

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

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

Algunas de las acciones responsables por parte de la empresa relacionadas con la adquisición de bienes materiales tienen que ver con la utilización de papel reciclado para la fotocopiadora o el empleo de dispensadores para racionar el papel de baño, o el jabón, además de adquirir estos productos a empresas locales.

## **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

#### **24.1. Información adicional.**

En todo momento apostamos por proveedores locales y que a su vez estén también concienciados con el consumo responsable y sean capaces de garantizarnos un producto sostenible, y lo más ecológico posible.

## **SOCIAL**

### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

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

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

#### **25.1. Información adicional.**

Anualmente organizamos y participamos en conciertos públicos, bien gratuitos o con entrada, de forma particular o en colaboración con otras empresas, fomentando la difusión de la cultura y acercando la música a todo tipo de público. Podemos destacar entre éstos, los conciertos pedagógicos que realizamos en nuestro propio centro, los conciertos en el Planetario de Aragón, los conciertos en la plaza López Allué de Huesca en colaboración con CEOS Cepyme Huesca dentro de la feria del libro, conciertos en la Diputación de Huesca, conciertos benéficos en colaboración con ASPANOA, audiciones en el Teatro Olimpia, conciertos temáticos de fin de curso en el Palacio de Congresos de Huesca, etc. Como novedad este curso se ha colaborado con DIVERSARIO y con los "TARDEOS CULTURALES" organizados por el Palacio Villahermosa, además de incluir un nuevo espacio para la realización de nuestras audiciones, siendo éste la sala azul de casino de Huesca.

Además de esto, cabe señalar que varios centros educativos de la capital oscense solicitan habitualmente nuestros servicios con el objetivo de llevar a sus centros nuestros métodos innovadores mediante talleres, charlas, etc. y en definitiva acercar la música a todo el alumnado, considerando a esta una potente herramienta a través de la cual contribuir a la mejora de la sociedad.

### **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

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

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

### **26.1. Información adicional.**

En primer lugar, nuestro negocio, por sí mismo, está orientado a la difusión de la cultura musical mediante la educación de los niños, la cual completamos con conciertos, talleres y charlas que complementan dicha difusión entre toda la sociedad. La música es un bien social y patrimonio de toda la sociedad, lo que hace que nos sea fácil crear una simbiosis entre nuestro negocio y los proyectos sociales.

Estos conciertos, talleres y charlas requieren de una planificación anual, en la que se establecen unas pautas para la elección de las temáticas, el lugar de celebración de los mismos, necesidades técnicas requeridas, elaboración de un presupuesto y la adaptación y arreglo de obras musicales, entre otros.

Finalmente, evaluamos los resultados obtenidos mediante la asistencia y presencia de público, el grado de satisfacción del mismo o críticas en prensa.

## **Transparencia con el entorno social de la organización**

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

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

#### **27.1. Información adicional**

La transparencia empieza desde dentro de nuestras aulas, ya que siempre tratamos de transmitir a nuestros clientes que las puertas están abiertas para que puedan acompañar a sus hijos y ver cómo trabajamos. Con esto conseguimos varias cosas: primero, que los padres puedan compartir una actividad con sus hijos y puedan pasar más tiempo juntos; segundo, los hacemos partícipes del proceso enseñanza-aprendizaje, enseñándoles, por ejemplo, técnicas para ayudar a sus hijos en el estudio diario; y tercero, creamos un estrecho vínculo profesor-padres-alumno, los 3 pilares básicos en la educación.

En las actividades fuera de nuestro centro queremos involucrar al mayor número de personas y grupos de interés. En éstas, hacemos que nuestros alumnos participen activamente con nosotros, creando un ambiente positivo entre la comunidad educativa, haciendo de la música un vehículo de comunicación y expresión como forma de interacción social.

Por último, todas nuestras actividades las difundimos a través de publicidad en prensa y radio, redes sociales, página web, emails, carteles, folletos impresos, etc. con el objetivo de llegar a un mayor número de personas.

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

### **28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza**

## **una comunicación proactiva en la Comunidad Local?**

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

### **28.1. Información adicional**

Todas nuestras actividades, periodos de inscripción y pruebas, talleres, charlas, campus, audiciones, conciertos, etc. las difundimos a través de Instagram, Facebook, y especialmente a través del apartado de noticias de nuestra página web, en constante actualización, donde se puede observar las actividades anteriormente citadas por categorías y a través de un calendario de eventos.

Así mismo, publicamos en prensa y radio las actividades más relevantes.

Igualmente, se hacen comunicaciones de manera personalizada a las personas directamente implicadas o que puedan estar interesadas a través de aplicaciones como Watshapp o correo electrónico.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

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

##### **29.1. Información adicional.**

Desde el momento de la constitución de la empresa se tuvo en cuenta el impacto medioambiental.

- Nuestros dos centros están insonorizados, tanto en paredes, techo y suelo.
- Las luces de todas las aulas son regulables en intensidad y con tecnología LED.
- Las puertas y ventanas tienen características especiales para evitar la contaminación acústica.
- Nuestro material educativo y el que usan nuestros alumnos es reutilizable, evitando la realización de fotocopias excesivas.
- Utilizamos papel reciclado.
- Las luces de los baños se encienden mediante sensores de movimiento.
- El suministro de papel higiénico del baño está pensado para emplear la cantidad necesaria.
- Fomentamos la práctica de buenos hábitos medioambientales en nuestras aulas con nuestros alumnos.
- Se lleva a cabo un control térmico de las aulas, evitando hacer un uso excesivo de aire acondicionado y calefacción.

### **Compromiso frente al cambio climático**

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

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y

externamente.

### **30.1. Información adicional.**

En nuestro sector, dedicado a la educación, más concretamente a la enseñanza musical, el objetivo principal no es el de formar músicos profesionales sino formar buenas personas. Somos conscientes de que somos un referente en cuanto al "saber" y al "saber ser" para nuestros alumnos, por esa razón, creemos conveniente inculcarles valores que respeten el medio ambiente.

Por otro lado, desde hace cuatro años, hemos venido demandando a nuestras autoridades locales mejoras para hacer que nuestro centro esté más comprometido socialmente con respecto al cambio climático, como por ejemplo la implantación de un parking para bicicletas, fomentando el uso de este vehículo limpio en detrimento del vehículo particular. Finalmente este curso pasado y con la entrada del nuevo equipo de gobierno, se vieron cumplidas nuestras expectativas al colocarse uno de estos aparcamientos frente a la entrada de nuestro centro.

Además, se tienen en cuenta las medidas establecidas por el gobierno en materia de ahorro energético, lo cual supone moderar el uso de aires acondicionados y calefacciones, que a su vez conlleva una menor contaminación y por consiguiente contribuye a contrarrestar el cambio climático.

## **Economía circular**

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

#### **31.1. Información adicional**

En nuestro centro tenemos en cuenta siempre la utilización de papel reciclado, tanto para baño como para fotocopias, además de la reutilización de materiales, en el sentido de utilizar los mismos libros durante varios cursos académicos para evitar un despilfarro excesivo de papel, y la contaminación y consumo de materias primas asociada a su producción. Además, en ciertas especialidades incluso contamos con instrumentos de préstamo que evitan la compra excesiva, principalmente en las primeras etapas.

## **Comunicación ambiental**

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

Se comunican, pero exclusivamente a grupos de interés implicados

#### **32.1. Información adicional**

La información sobre los cambios que realizamos las comunicamos a los grupos de interés implicados.

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

## Priorización de temas

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

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

## Valoración Global

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

9

## Puntos fuertes y áreas de Mejora

### 35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La calidad en la educación musical que ofrecemos basada en métodos pioneros e innovadores en nuestra ciudad, al contar con un equipo docente formado íntegramente por titulados superiores altamente cualificados para impartir sus respectivas materias.

Ser el primer y único centro autorizado profesional de música (conservatorio privado) en Huesca y provincia.

Gran capacidad de reacción ante las diferentes situaciones y escenarios posibles, como fue el caso de los acarreados por el COVID-19, adaptando nuestros equipos y nuestra forma de impartir clases para adecuarlas a la modalidad online, o semipresencial en su caso, de modo que el alumnado experimentara el menor impacto posible en su formación.

Amplia gama de especialidades instrumentales a elegir.

Adaptabilidad de la enseñanza a todas las edades.

Adaptación de la enseñanza a la diversidad del alumnado presente en el centro.

### 36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Consolidar cursos de formación anuales para todos los empleados del centro.

## Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

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

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

Si

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

- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.