

# Política de Compra Responsable de la Fundación Educativa Jesuitas Norte

## I. Objeto

Este documento tiene por objeto presentar la Política de Compra Responsable de la Fundación Educativa Jesuitas Norte y de sus centros educativos.

La Política de Compra Responsable (en adelante Política) tiene como finalidad establecer un marco general de actuación que permita asegurar que los procesos de selección y contratación de las empresas proveedoras y de contratistas, así como de los productos y servicios a adquirir, se realizan conforme a los compromisos y criterios recogidos en este documento.

A efectos de esta Política, la Compra Responsable consiste, de modo general, en incorporar criterios sociales y ambientales en dichos procesos de selección. Por lo tanto, persigue la inclusión obligatoria de estas consideraciones que deben acompañar, en todo caso, a las características técnicas y económicas requeridas. Además, los criterios recogidos en esta Política son complementarios al cumplimiento de las normativas legales existentes en cada momento y territorio en materias, entre otras, de contratación, medio ambiente y derechos sociales y laborales.

Los principales objetivos de esta Política son:

1. Alinear las políticas de gestión en materia de compras con las estrategias y objetivos educativos, pastorales, sociales y ambientales de las obras de la Compañía de Jesús, en coherencia, particularmente, con la Preferencia Apostólica Universal del cuidado de la Casa Común.
2. Promover y difundir un modelo de consumo crítico, consciente y transformador que contribuya a modificar las prácticas económicas y comerciales que, actualmente, se sustentan en criterios y prácticas social y ambientalmente insostenibles.
3. Establecer y dar a conocer, interna y externamente, el compromiso de la Fundación y sus centros educativos con la compra responsable.
4. Impulsar entre empresas proveedoras y contratistas de la Fundación y sus centros educativos el cumplimiento de estándares y criterios de compromiso con la sostenibilidad y la justicia social y ambiental.

## 2. Justificación

El consumo se ha convertido en una de las palancas centrales del funcionamiento del sistema económico. Un consumo desmedido que, al igual que la producción, no atiende a los límites sociales y ambientales de nuestro planeta. Frente a esta realidad, desde diferentes instituciones públicas, movimientos sociales, organizaciones religiosas y otros agentes, se anima a desarrollar un consumo responsable que contribuya a construir unas relaciones económicas más justas y sostenibles.

Desde esta perspectiva, los centros educativos se presentan como espacios idóneos para el desarrollo de una política de compra responsable. Por una parte, porque tienen una actividad económica relevante en la adquisición de determinados productos y en la contratación de diferentes servicios y suministros, por lo que su potencial transformador es importante. Por otro lado, porque la práctica de una compra responsable posibilita conectar el ámbito de la gestión del centro con los idearios y proyectos educativos que tratan de fomentar el espíritu crítico y el desarrollo de las capacidades de acción transformadora de las personas.

Es el caso de la misión de los centros educativos de la Compañía de Jesús: “creamos las condiciones en nuestros colegios que promuevan nuestra comprensión y capacidad de ser conscientes de la familia humana, y de nuestro lugar y responsabilidad en la comunidad global; abrazar las dinámicas de la interculturalidad; cuidar nuestra casa común; promover la paz y la reconciliación; proteger la equidad de género; comprometerse en la participación constructiva social y política. Nos esforzamos por identificar aquello que no hace posible el desarrollo humano, en la tierra, tanto local como globalmente, y estamos dispuestos a cambiarlo”<sup>1</sup>.

Se trata de acompañar a personas comprometidas con la Ciudadanía Global, tarea que se despliega en los ámbitos de la justicia social, la interculturalidad y la inclusión, la equidad de género y la coeducación, el desarrollo humano y sostenible y la participación democrática. Se persigue, con ello, “asegurar que la Ciudadanía Global se convierta en parte del núcleo de la educación jesuita, [para lo que se debe] actuar de manera coherente para lograr su incorporación en la cultura, en las políticas y en las prácticas de centro”<sup>2</sup>.

Desde esta perspectiva podemos situar la compra responsable como una política de los centros educativos para su alineamiento con su propia identidad y misión, así como con dos de las cuatro Preferencias Apostólicas de la Compañía de Jesús en este tiempo<sup>3</sup>: “caminar junto a los pobres, los descartados del mundo, los vulnerados en su dignidad en una misión de reconciliación y justicia” y “colaborar en el cuidado de la Casa Común”.

---

<sup>1</sup> *Ciudadanía Global. Una perspectiva ignaciana*, ICAJE-Secretariado de Educación (Secundaria y Pre-secundaria), 2019.

<sup>2</sup> *Mujeres y hombres para una Ciudadanía Global. Un desafío de las escuelas de la Compañía de Jesús en el siglo XXI*, EDUCSI-Red de centros Jesuitas no universitarios, 2020.

<sup>3</sup> *Preferencias Apostólicas Universales de la Compañía de Jesús (2019-2029)*, curia General de la Compañía de Jesús.

Igualmente, la compra responsable presenta una conexión directa con al menos tres de los diez identificadores globales de los colegios jesuitas, donde se señala que estos centros están comprometidos con (3) la ciudadanía global, (4) el cuidado de la creación y (5) la justicia<sup>4</sup>. Y enlaza, así mismo, con tres de los ocho rasgos de las obras de la Compañía de Jesús: (4) contribuyen al cambio de valores, a la transformación social y la reconciliación, (5) ofrecen procesos de implicación en causas justas e (7) incorporan la protección y cuidado del medio ambiente<sup>5</sup>.

Por lo tanto, podemos concluir que el despliegue de una política de compra responsable en la Fundación Educativa Jesuitas Norte y sus centros educativos es una práctica que:

- comporta un impacto social y ambientalmente positivo, complementario al de otras políticas relacionadas con el cuidado de la Casa Común y la justicia social;
- es coherente con su compromiso con la misión educativa de promover una Ciudadanía Global comprometida con los retos actuales, locales y globales;
- está alineada con la identidad y la misión de las obras de la Compañía de Jesús, particularmente las educativas;
- es un rasgo distintivo que, como valor añadido, puede ser ejemplo para empresas proveedoras y también para el alumnado, familias y organizaciones e instituciones colaboradoras.

### 3. Ámbito de aplicación

Esta Política se refiere al proceso de adquisición de bienes, productos, servicios y suministros de toda índole por parte de la Fundación y de todos sus centros educativos. Se desarrollará y complementará con las diferentes políticas y procesos existentes relativos a la gestión de compras, el cuidado del medio ambiente o el compromiso con la transformación social.

Se deberán incorporar las consideraciones sociales y ambientales en sus compras directas, en aquellas que encargan a personas o empresas subcontratistas y en las que actúen como prescriptores para alumnado y familias. En el primer caso formarán parte de los contratos que promuevan, en el caso de subcontratistas se establecerán como requisitos previos y, finalmente, en las prescritas, deberán justificar su inclusión y el beneficio que aportan.

Esta Política es de aplicación para todas las personas trabajadoras en la Fundación y sus centros educativos, especialmente para quienes componen las áreas de dirección y administración, de compras, así como para los equipos responsables de estrategias (educativas, pastorales o de gestión) relacionadas con el cuidado del medio ambiente y la justicia social.

---

<sup>4</sup> *Colegios Jesuitas: una tradición viva en el siglo 21*, ICAJE-Secretariado de Educación (Secundaria y Pre-secundaria), 2020.

<sup>5</sup> *Obras de la Compañía al servicio de la misión*, Provincia de España, 2018.

#### 4. Principios de compra responsable

A la hora de desarrollar un procedimiento de compra, se tendrá en cuenta los siguientes principios:

- a. Análisis de la necesidad real de la adquisición de determinado servicio o producto, teniendo en cuenta criterios relacionados con la suficiencia y la reducción de consumos superfluos.
- b. Selección de empresas con mayor compromiso social y ambiental, de acuerdo a sus características societarias, participación en redes e iniciativas de responsabilidad social y ambiental, sellos y certificaciones, memorias de sostenibilidad y códigos de conducta, etc. (anexos 1 y 2).
- c. Evitar la contratación de aquellas empresas proveedoras de las que se tenga constancia que han incurrido en algún incumplimiento legal, fiscal, laboral, ambiental, en materia de seguridad y salud o de derechos humanos.
- d. Considerar las características sociales y ambientales de los productos y servicios, teniendo en cuenta certificaciones, etiquetados u otras fuentes de información (anexo 3).
- e. Contemplar toda la cadena de suministro, atendiendo a su origen y materias primas utilizadas, características del proceso de producción, circunstancias de su comercialización y a las propiedades de su ciclo de vida (uso, mantenimiento, reutilización, reciclaje o descarte).
- f. Promover precios justos y mejorar la relación calidad-precio, incorporando en la valoración de la calidad, además de sus características técnicas, estéticas o de utilidad, las sociales y ambientales del producto o servicio y de su cadena de suministro.

En cuanto a las características sociales y ambientales a considerar en los procesos de compra, se establecen las siguientes:

1. Empleo de calidad y derechos laborales.
2. Equidad de género.
3. Inclusión sociolaboral.
4. Compromiso con el territorio y la comunidad local.
5. Fomento de la economía social y la transformación económica.
6. Transparencia en la cadena de suministro y comercialización justa.
7. Política ambiental sostenible.
8. Reducción de emisiones contaminantes y eficiencia energética.
9. Gestión sostenible de residuos.
10. Circuitos cortos de comercialización.

En cada una de estas diez características generales, se pueden establecer diferentes criterios más concretos (anexo 4).

Se trata de un listado de criterios no excluyentes y complementarios que, en algunos casos, pueden ser de carácter transversal aplicables a todos los servicios, productos o suministros y, en otros, dependerá de las características específicas, las posibilidades y el alcance que ofrezca el contrato (anexo 5).

## **5. Modelo y procedimiento de compra responsable**

Se establecerá un modelo de gestión concreto para el cumplimiento de los contenidos de esta Política para las compras de la Fundación y las de sus centros educativos. Dicho modelo podrá estar desarrollado en un proceso específico (compra responsable) o integrado en uno superior (compras y contrataciones). Además, deberá estar relacionado, caso de que existan, con otros que contemplen objetivos similares (compra verde, compra sostenible, etc.).

En cualquier caso, siempre deberá contener los siguientes elementos:

1. Compromiso público. Esta Política (y sus actualizaciones futuras) será de carácter público y será comunicada a todos los grupos de interés que conforman la Fundación y cada centro educativo: personal empleado, familias, alumnado, entidades e instituciones relacionadas, etc. Para ello se utilizarán los cauces de difusión oportunos.
2. Comunicación con las empresas proveedoras. Las empresas proveedoras, nuevas o existentes, deberán conocer esta Política y sus implicaciones para la relación económica que mantienen con la Fundación y sus centros educativos.
3. Proceso de homologación de empresas proveedoras y contratistas. Evaluación y registro de las empresas proveedoras y contratistas en función de los criterios sociales y ambientales establecidos en esta Política. Para ello se podrá utilizar un cuestionario específico y la solicitud de determinados documentos (anexo 2).
4. Selección de productos, servicios y suministros. Adicionalmente al proceso de homologación de las empresas, para la selección de productos, servicios y suministros, se incluirán, junto a la definición del objeto de la contratación y las prescripciones técnicas y económicas, las características sociales y ambientales que deberá contener con relación a esta Política.
5. Estructura de gestión. La gestión de este procedimiento incluirá con claridad la comunicación con las empresas proveedoras, el sistema de selección, así como el seguimiento en la ejecución del contrato y su evaluación final. Así mismo, se especificará la estructura de responsabilidades en el desarrollo de las diferentes tareas.
6. Rendición de cuentas. Anualmente se informará, a través de las herramientas de evaluación y de comunicación correspondientes, de los resultados de la aplicación de esta Política y de la evolución de su impacto en el compromiso social y ambiental de la Fundación y sus centros educativos.

## **6. Seguimiento y revisión**

El Patronato de la Fundación es el órgano responsable de aprobar la presente Política de Compra Responsable y, por tanto, de velar por el cumplimiento de los principios y compromisos contenidos en el presente marco normativo. Para ello, contará con el concurso de dirección central que se encargará de su aplicación y seguimiento en cada centro educativo y de aportar la información necesaria.

Esta Política tendrá una vigencia indefinida y su contenido estará sujeto a revisión periódica, realizándose los cambios y actualizaciones que se consideren convenientes.

Esta Política se divulgará dentro de la organización y de todas las partes interesadas, asegurándose de que esté disponible y actualizada y sea conocida por todos los grupos de interés.

## **7. Aprobación**

Esta política de compra responsable ha sido aprobada por el Patronato de la FUNDACIÓN EDUCATIVA JESUITAS NORTE el 23 de febrero de 2026 conforme figura en el acta de la reunión correspondiente. Es por tanto de plena aplicación en todos sus centros educativos.

## **Relación de anexos a la Política de Compra Responsable de la Fundación Educativa Jesuitas Norte**

Anexo 1. Empresas con mayor compromiso social y ambiental.

Anexo 2. Cuestionario para empresas proveedoras.

Anexo 3. Certificaciones, etiquetas e iniciativas de fomento de la responsabilidad social y ambiental.

Anexo 4. Criterios sociales y ambientales de compra responsable.

Anexo 5. Ejemplo de aplicación de criterios sociales y ambientales en compras en centros educativos.