

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**IGNACIO GASCÓN SANZ - BEALIA**

CIF:72987137H

C/Doctor Casas 13 Principal Izda.

50008 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Somos dos organizaciones con diferente nombre comercial:

Bealia Tratamiento Sostenible del Agua  
Zaraqua Aragonesa de Fuentes de Agua

#### 02 - Dirección - CP - Población

Calle Pedro María Ric 9 1º b  
50008 Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Tratamientos de Agua

#### 04 - Año comienzo actividad.

2018

#### 05 - Número de personas empleadas

2

#### 06 - Persona contacto

Ignacio Gascón Sanz

#### 07 - E-mail contacto

[administracion@aguabealia.es](mailto:administracion@aguabealia.es)

#### 08.- Página web

[www.aguabealia.es](http://www.aguabealia.es)  
[www.zaraqua.es](http://www.zaraqua.es)

### 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)

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

### 1.1 Información adicional

Bealia apuesta plenamente por los avances tecnológicos. Con presencia habitual en las redes sociales.

Para nosotros es de vital importancia la tranquilidad de nuestros empleados, por ello buscamos fórmulas para que todos tengan un plan de conciliación familiar que les permita poder compaginar siempre las actividades personales con sus responsabilidades personales y familiares.

Buscamos día a día ofrecer recursos y soluciones sostenibles a nuestro clientes y de la misma manera implantamos medidas sostenibles en nuestros procedimientos

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

Si

#### 2.1. Información adicional

Rotundamente sí.

Toda empresa debe estar al día en sus obligaciones económicas. Facilitar en la medida de la posible la estabilidad laboral y la estabilidad personal y familiar de cada miembro de la misma.

No es menos cierto que pueden encontrar más dificultades a la hora de actualizarse respecto a las exigencias del mercado como por ejemplo las redes sociales. También pueden encontrar dificultades a la hora de actualizarse a las situaciones económicas o medio ambientales.

### 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 Bealia, buscamos continuamente que nuestro desarrollo empresarial vaya año a año ligado a la responsabilidad ambiental fundamentalmente destacándonos en nuestro sector como una empresa de tratamientos de agua con sistemas más sostenibles que los

ofrecidos por empresas del sector/competencia.

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

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

**4.1. Información adicional**

Anualmente destinamos cierta cantidad de dinero a donar a diferentes asociaciones tanto sociales como medio ambientales. Especialmente fundación down y asociaciones de protección al agua

**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**

Sí absolutamente tenemos bien diferenciados todos los agentes que rodean la actividad de la empresa tanto interno como externos.

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

**6.1. Información adicional**

Es evidente que cuando uno inicia un negocio, tiene en mente las necesidades que sus clientes potenciales pueden tener. Es fundamental para cualquier organización conocer el interés al detalle de todo cliente potencial.

Bealia realiza encuestas y sobretodo se interesa por las necesidades que bealia puede satisfacer a sus ya clientes. Ello puede permitir que nuestro cliente quede satisfecho con un servicio integral además de concedernos ventas cruzadas interesantes.

**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 documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

**7.1. Información adicional**

En nuestro caso fui yo mismo como administrador el que implantó las normas de actuación. Para mi es muy importante que podamos mantener una coherencia en nuestros actos cada uno de los trabajadores.

**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, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

**8.1. Información adicional**

Sí, por supuesto. Los objetivos así como la "personalidad" de la empresa se valora y se comenta día a día. Es importante que se tenga presente en cada acto.

**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**

A nivel de responsabilidad social colaboramos intensamente con la fundación down Zaragoza.

Además y como situación excepcional, actualmente realizamos una colaboración de manera desinteresada en la que donamos la mitad de nuestro beneficio en la venta de equipos ozonizadores para desinfectar por el Covid-19 a la plataforma promovida por el Ayto. de Zaragoza e Ibercaja "Vamos Zaragoza"

**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**

Al realizarlo de forma desinteresada. no fijamos objetivos. Nos ponemos a disposición de las entidades con las que colaboramos.

**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**

Somos una empresa pequeña, en crecimiento. Cada cliente para nosotros es parte de nuestra "familia" por ello el trato que tenemos con casi el 100% es cercano y nos preocupamos por conocer su satisfacción con nosotros

## **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**

Constantemente estamos involucrados en el mercado y sus nuevas tendencias. Para nosotros es relativamente sencillo implantar las novedades en nuestro día a día y así poder sorprender y satisfacer cualquier necesidad del mercado.

## **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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

#### **13.1. Información adicional**

Como ya he comentado, Buscamos constantemente actualizarnos a las necesidades y exigencias de nuestros clientes y mercado. Para nosotros es relativamente sencillo. No se realiza siguiendo un protocolo, sino que simplemente estamos en el día a día.

Un tema importante también es la formación y en Bealia nos reciclamos constantemente para poder ofrecer nuestros servicios de la manera más eficiente.

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

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

#### **14.1. Información adicional**

Para nuestra organización es clave y es nuestra razón de ser que nuestros productos y servicios sean lo más respetuosos con el medio ambiente por ello nuestra cartera de productos está seleccionado de manera minuciosa.

Gracias al impulso y responsabilidad que nos otorga el sello RSA, nuestros servicios y la información de estos la ofrecemos en base a una transparencia rigurosa y hemos implantado una explicación detallada, clara y definitoria de cada servicio.

### **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**

En nuestro caso el servicio post venta es esencial, puesto que nuestro fuerte es la

instalación de diferentes equipos de tratamientos de agua. Las instalaciones pueden conllevar errores, fugas o desperfectos por equipos o vicios ocultos. También simplemente atender dudas o preguntas de funcionamiento de los equipos.

Por ello nuestra respuesta debe ser rápida, transparente y sobretodo regulada. Nuestro empeño por reducir el nº de incidencias es total y año a año nos marcamos el objetivo de reducirlo según lo estimado.

Servicio pos venta eficiente en 24 horas hábiles de máximo, pues hablamos de equipos que en muchos casos son de gran necesidad al tratarse de agua.

## **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 de las características del producto o servicio.

#### **16.1. Información adicional**

Todas nuestras ofertas se realizan por escrito por diferentes vías y acompañadas de fichas técnicas de los equipos. La transparencia es una de nuestras filosofías y que intentamos utilizar para marcar la diferencia respecto a la competencia. Nuestro clientes deben saber qué y en qué forma nos están comprando.

## **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**

En nuestro caso al tratarse de una pequeña muy pequeña empresa es sencillo. Diariamente a mi como empleador me gusta conocer el estado del equipo. Y ponemos diariamente en común aspectos que sirvan para la mejora de la empresa y del día a día de cada uno de nosotros.

Hay una muy estrecha relación entre nosotros y creo que eso lo trasmitimos en cada servicio ya que tenemos implicación total.

### **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)?**

Se realizan acciones de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no

discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

#### **18.1. Información adicional.**

Absolutamente buscamos y fomentamos la igualdad entre todos. En cualquier aspecto.

### **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?**

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Como ya he comentado en un apartado anterior, para mi la situación personal de cada uno va ligada a la empresarial. Por ello en la medida buscamos la manera de poder siempre conciliar ambas.

Un ejemplo es la situación de nuestro repartidor, un padre de familia que su mujer suele trabajar fuera de zaragoza durante la semana y tienen un niño en común con posiblemente autismo. Cualquier necesidad que pueda tener nuestro trabajador respecto a su familia, tiene la garantía por mi parte que no pondremos objeciones y la podrá resolver tranquilamente.

Únicamente pido un requisito, y es que se me comunique aunque sea sin antelación, como pueda ser una situación especial en la que el niño se haya puesto malo en el colegio necesite irse a casa y no haya más remedio que tener que cuidarlo nuestro compañero.

### **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.**

Ponemos a disposición de nuestros compañeros formación continua sobre sus competencias. En busca de que todos seamos complementarios en la empresa, intentamos formarnos continuamente en todas las áreas de nuestra actividad comercial, exceptuando las administrativas.

#### **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.**

En Bealia buscamos continuamente el crecimiento profesional de nuestro personal, y para ello creemos que es clave la formación continua por básica que sea. No realizamos cursos demasiado costosos, ni de titulaciones excepcionales, pero todos los años invitamos a nuestra plantilla a formarse en tareas concretas relacionadas con su puesto de trabajo.

desde formaciones con proveedores, a cursos bonificados.

## **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.**

con la ayuda de una empresa externa se analiza todos los años la situación laboral en nuestras instalaciones así como en los servicios que realizamos en la "calle", con nuestros clientes.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

#### **23.1. Información adicional.**

Como hemos ido recalando, los sistemas que compramos para comercializar siempre cumple la premisa de la máxima sostenibilidad para nuestro cliente final

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

#### **24.1. Información adicional.**

en nuestro proceso de calificación de proveedores se tienen en cuenta 3 puntos

-Servicio

-Costes

-Equipos más eficientes y sostenibles, que nos permitan destacar en nuestro fin de tratamiento de agua sostenible

## **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 sin planificación específica

### **25.1. Información adicional.**

Colaboramos con entidades que fomentan el consumo local en hostelería como la asociación de cafés y bares de Zaragoza. También colaboramos activamente con la fundación Down Zaragoza, que para nosotros es todo un orgullo. Nuestras colaboraciones son tanto económicas como en servicios.

## **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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

### **26.1. Información adicional.**

El proyecto que más relación tiene con la empresa sin duda es con la asociación de cafés y bares de Zaragoza ya que gran número de nuestros clientes son hosteleros. La fundación down es más un tema personal

## **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 difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

### **27.1. Información adicional**

Toda actividad es comentada, pero tampoco buscamos la implicación personal fuera de lo estrictamente profesional.

## **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?**

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

### **28.1. Información adicional**

Lo comentamos en redes sociales, ya que son actos que nos llenan de orgullo y está claro que el marketing social va a más y es más sencilla con tanta herramienta nuestro alcance

## **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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización.

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

Nuestro eslogan es Tratamiento Sostenible del Agua. Todo y cada uno de nuestros procesos se realizan bajo la premisa de la sostenibilidad, exceptuando la adaptación de nuestros vehículos a modelos más sostenibles, ya que nos supone un coste muy elevado pero que tenemos en mente.

### **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?**

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

##### **30.1. Información adicional.**

CERTIFICACIÓN DE EQUIPOS CON MENOR RECHAZO DE AGUA POR EJEMPLO.

### **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 cuanto a la economía circular, en nuestro caso desde nuestros inicios siempre hemos optado por la reutilización de envases, así como el reciclaje de todos los consumibles que utilizamos en nuestros clientes como son los cartuchos de filtros, que siempre retiramos del cliente una vez usados y cambiados para nuestro propio reciclaje.

Hemos recomendado a nuestros fabricantes el envío de las carcasas de los filtros para que ellos mismos los puedan reutilizar, idea que a día de hoy se valora positivamente por su parte.

### **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 no de manera sistemática u organizada

##### **32.1. Información adicional**

Como filosofía propia, lo inculcamos y lo comunicamos a nuestro círculo: trabajadores, clientes, proveedores pero de manera informal sin protocolizar

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

### **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?**

7

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

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

Nuestro punto fuerte es la transparencia, nuestros clientes nos valoran como ser humanos y profesionales con dedicación e interés en resolver los problemas/necesidades de una manera eficiente y justa

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

Estructura organizativa, Es evidente y a través de este cuestionario se me han encendido las alarmas, en que la mayoría de nuestros procesos que no son directos a nuestra actividad económica, los realizamos sin protocolizar. Sin seguir un patrón definido estructurado y que quede plasmado en papel. Me preocupa que ello nos lleve a seguir la senda de una empresa más sin diferenciación.

### **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 pero no ha establecido ningún compromiso 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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.