

RSA - PYMES

Empresa evaluada

BOOMERANG, SERVICIOS INTEGRALES, S.L.

CIF:B99271074

c/Alberto Antonio Mustienes Luesma, 27 Esc 5 PI

LC Puerta 2

50011 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

BOOMERANG SERVICIOS INTEGRALES S.L.U.

02 - Dirección - CP - Población

C/ ALBERTO ANTONIO MUSTIENES LUESMA 27, ESCALERA 5, BAJO 2
50011 ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

APOYO A OTRAS ORGANIZACIONES MEDIANTE ACTIVIDADES DE CONSULTORÍA,
FORMACIÓN Y AUDITORÍAS INTERNAS, PARA MEJORAR SU GESTIÓN Y LA
ASUNCIÓN DE REQUISITOS DE REFERENCIALES DE GESTIÓN

04 - Año comienzo actividad.

2009

05 - Número de personas empleadas

6

06 - Persona contacto

MAR GONZÁLEZ FERNÁNDEZ-NIETO

07 - E-mail contacto

mgonzalez@boomerangsi.es

info@boomerangsi.es

08.- Página web

www.boomerangsi.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

Análisis de contexto cada año como parte del proceso de planificación estratégica y la revisión del sistema (según DAFO) y alimentación de la herramienta de riesgos y oportunidades de la que se emanan los objetivos, planes y asignación de recursos para el año siguiente.

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

Si

2.1. Información adicional

Aunque es ideal poder tener contacto con las partes de interés y conocer el impacto de la organización en nuestro ecosistema, sí que se puede afrontar la valoración de los retos económicos sociales y ambientales de forma individual, mientras se consigue tener la posibilidad de hacerlo en colaboración con los grupos de interés.

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 enero de 2025 se incluye en la metodología (proceso de planificación estratégica) aspectos, objetivos e indicadores que incluyen los retos económicos, sociales y ambientales.

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

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

El tamaño de la organización y la situación global económica y de servicio que ha afectado a nuestros clientes en los últimos años (fundamentalmente del sector automoción), nos ha impedido poder destinar una partida presupuestaria específica para estos temas.

De momento nos limitamos a asignar los recursos necesarios para las acciones

planificadas.

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.

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

5.1. Información adicional

Desde hace años se dispone de la identificación, revisión y actualización tanto de los grupos de interés como de sus necesidades y expectativas.

En cada reflexión estratégica, y cada año en la revisión del sistema, se revisa y actualiza el registro.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

6.1. Información adicional

En línea con el punto anterior, se identifican, se revisan periódicamente, y además son entrada de la evaluación de riesgos y oportunidades de las que emanan los objetivos y el plan de acciones de mejora.

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 a disposición de todas las personas de la organización

7.1. Información adicional

Desde 2025 existe un código de conducta (anteriormente se citaban buenas prácticas en el Bienvenido a Boomerang), coherente con nuestros valores y las necesidades y expectativas de los grupos de interés.

Este código es conocido y asumido por las personas de la organización.

Está prevista su próxima publicación en la web para tenerlo a disposición de todos nuestros grupos de interés.

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

Todo el personal conoce la Misión, Visión y los Valores de Boomerang, que además de estar publicados en la web corporativa, están incluidos en el documento Bienvenido a

Boomerang.

Adicionalmente, el personal operativo participa en la definición y seguimiento de las acciones de mejora que tiene la empresa asumidas para cada año en curso y se comparte el informe de revisión anual del sistema.

Plan de Responsabilidad Social

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

Este año se ha elaborado un primer plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

El Plan se ha resuelto desde el proceso de planificación estratégica e incorporado en el plan de acciones de mejora de la empresa.

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

10.1. Información adicional

Los objetivos y sus indicadores forman parte del cuadro de mando de la empresa, que se establece con disposición anual y seguimiento de resultados (con tratamiento de mejora cuando no se cumplen las metas establecidas) con carácter mensual.

Además, los resultados se transmiten a todo el personal.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

11.1. Información adicional

Boomerang dispone de un sistema de calidad ISO 9001 certificado por APPLUS desde 2019

La metodología se ha ido mejorando a lo largo de los años, fruto del aprendizaje e implica de forma sistemática y con carácter semestral considerar todas las voces de incorporación posibles para evaluar la satisfacción de nuestros clientes y valorar la posibilidad de activar acciones de mejora.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

12.1. Información adicional

Desde hace años, se valoran e implantan de forma metódica acciones de mejora encaminadas a mejorar la satisfacción de nuestros clientes, incluyendo la valoración de eficacia de las mismas.

Además en el cuadro de mando se incluyen varios indicadores que aportan información y seguimiento mensual de fidelización de clientes y evaluación de la satisfacción.

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

Se tiene en cuenta como voz específica en la emisión y revisión del plan estratégico (a 3 años) y cada año en la revisión del sistema y de dicho plan, aunque no se investiga la innovación en nuestros servicios con metodología específica.

Calidad de los productos y servicios

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

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

14.1. Información adicional

No se cuenta con un proceso normalizado pero es una dinámica totalmente interiorizada en la organización la incorporación en la prestación de servicio de aspectos sociales y ambientales.

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

Estamos en permanente contacto con nuestros clientes, la prestación de servicio es fundamentalmente continuada y el nivel de retención muy alto, por lo que el servicio postventa se retroalimenta constantemente y es aspecto fundamental en el grado de satisfacción que tenemos.

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

No se identifican riesgos específicos asociados a nuestro servicio en las ofertas

comerciales, aunque sí que están valorados en interno y tratados con la máxima de minimizar su impacto, gravedad y/o probabilidad de ocurrencia.

Adicionalmente, al trabajar en instalaciones de clientes, asumimos los posibles riesgos que ellos identifican referidos a nuestros servicios, como también asumimos los planes de contingencia que dispongan ante una posible materialización de un riesgo.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

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

17.1. Información adicional

Anualmente, desde gerencia, se realizan reuniones individuales de evaluación del desempeño, fruto de las cuales se define la posible retribución variable del año siguiente.

Si bien no hay registro formal del resultado (ni tampoco un indicador que refleje la situación y la tendencia), la información extraída es entrada de la revisión del sistema anual y se tiene en cuenta a la hora de planificar las mejoras a abordar el año siguiente.

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)?

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

18.1. Información adicional.

La consideración de la Igualdad está contemplada tanto en los protocolos documentados, como en las mejoras a abordar cada año.

Además, el cuadro de mando incluye un indicador de igualdad con un objetivo que, en caso de no cumplir, demanda análisis de causas e implantación de acciones correctivas.

Hasta la fecha no se ha incumplido ningún año.

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 el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

La empresa apoya la conciliación permitiendo el teletrabajo así como la adecuación del horario presencial a las necesidades de cada persona (ante cualquier demanda personal). El horario laboral, a excepción de cuando se viaja a instalaciones de clientes fuera de Zaragoza, es de 9 a 16h para disponer de tiempo libre diario que permita ocio y franja infantil liberada.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

20.1. Información adicional.

Desde el principio de nuestra actividad, la empresa ha dispuesto un plan de formación anual que incluye necesidades legales, el compromiso de máxima cualificación en los referenciales relacionados con nuestra actividad, así como el principio de desarrollo de carrera del personal de la organización.

El plan de formación incluye además la valoración de eficacia de cada una de las actividades, con la sistemática de evaluar si se ha adquirido la competencia esperada.

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

21.1. Información adicional.

Boomerang dispone del documento de acogida (Bienvenido a Boomerang) además de un plan de incorporación que informa y compromete el acompañamiento de las nuevas incorporaciones con una dinámica de mentoring hasta la consideración de que puede trabajar de forma autónoma.

Adicionalmente se contempla el desarrollo profesional con la formación y acompañamiento en referenciales complementarios, que aumenten la capacidad y valía técnica de cada miembro del equipo.

Seguridad y Salud

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

22.1. Información adicional.

De manera sistemática se consideran todas las indicaciones del servicio de prevención,

incluyendo las oportunidades de mejora detectadas para favorecer la salud laboral por encima de las exigencias legales, incorporándolas en la medida que procede en el plan de acciones de mejora de la organización (estas medidas han supuesto por ejemplo el cambio de la sede para mejorar el ambiente de trabajo, disponiendo de luz natural, zonas verdes en la urbanización, espacio sin ruidos, zona office y zona exterior - terraza de esparcimiento).

Además del servicio de prevención ajeno, los propios trabajadores pueden demandar mejoras a tal efecto y son consideradas de la misma manera.

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.

Las compras son muy poco significativas y siempre se consideran proveedores de reconocido prestigio.

Los proveedores se evalúan siguiendo una metodología estructurada y mejorada a lo largo de los años, considerando además aspectos como su impacto en el medio y favoreciendo el mínimo residuo y la máxima de reciclaje, si bien el proceso de compra hasta la fecha no tiene integrados los aspectos sociales de manera específica.

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.

Se dispone de un procedimiento de evaluación de proveedores que asume de forma metódica su identificación valoración y aprobación. De forma coherente con nuestros valores, existe concienciación de elegir también considerando aspectos ambientales y sociales, habiendo experiencias claras al respecto.

Si bien, el procedimiento no contempla estos criterios como parte sistemática de la metodología.

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 algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Hasta la fecha se participa y colabora con asociaciones y clientes, en la medida que nos lo proponen, pero de forma puntual y no planificada.

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.

Se participa en actuaciones puntuales por parte de gerencia, sin que hasta la fecha se haya planificado ni desarrollado proyectos o colaboraciones relacionados con nuestra estrategia.

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?

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

27.1. Información adicional

Se asumen prácticas individuales, fundamentalmente desde gerencia, y se comunican en interno en todo caso (cuando procede fomentando su participación), pero no hay asumida una planificación metódica de tales prácticas.

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 informa únicamente cuando se demanda

28.1. Información adicional

Siguiendo la dinámica de actuación de Boomerang, aunque no se disponga de un concepto planificado e integrado en la gestión de la organización, cualquier demanda de comunicación de un grupo de interés, se atiende y se resuelve.

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 ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

29.1. Información adicional.

Desde el inicio de nuestra actividad el respecto al Medio está incorporado en nuestra gestión a modo de principio, y el Bienvenido a Boomerang desde su primera edición incluye un epígrafe de buenas practicas ambientales en el ejercicio de nuestra actividad.

Desde 2024 se incluye el impacto en el cambio climático de nuestra actividad, incorporando acciones planificadas, indicador de seguimiento y objetivo en el cuadro de mando.

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 a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

El compromiso existe y está integrado en la gestión así como en la planificación y seguimiento.

Estamos midiendo las emisiones (por nuestros desplazamientos) y tenemos un indicador para gestionar emisiones CO2 evitadas vs emisiones realizadas, habiendo planificación de acciones para reducir nuestra huella de carbono optimizando los viajes relacionados con nuestra actividad.

Está comunicado y asumido a nivel interno.

Todavía no hemos asumido un compromiso público porque no hemos trabajado su comunicación al resto de grupos de interés.

Economía circular

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

31.1. Información adicional

Aunque en la gestión están interiorizados los principios de reducir, reutilizar y reciclar, no tenemos un análisis del ciclo de vida de nuestro servicio (cadena de valor) incluyendo el impacto en el medio que nos permita conocer de forma completa e integrar con la estrategia posibles medidas que aumenten la economía circular.

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

Boomerang no dispone de un plan de comunicación ambiental, pero sí que comunica a los grupos de interés afectados toda actuación que asume en material ambiental.

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

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?

6

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Asunción de los principios de sostenibilidad en los valores de la organización desde su origen.

Asunción desde 2025 de indicadores de gestión de sostenibilidad (económica, social y ambiental) de manera integrada en el cuadro de mando.

Alto compromiso con minimizar el impacto en el medio.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Integrar la acción social en el plan estratégico y de negocio de la empresa

Sistematizar la comunicación y fomento de buenas prácticas abarcando todos los grupos de interés

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 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 13. Acción por el clima.