

RYPPLES

Rypples Media, S.L.

Memoria de Sostenibilidad

InnovaRSE 2022

Septiembre 2022



Esta Memoria de Sostenibilidad **2022** de la empresa **Rypples Media, S.L.** ha sido elaborada -siguiendo la metodología InnovaRSE por **Alberto San Miguel**, de **C, Soluciones Empresariales Valle del Ebro, S.L.U.**, que avala los datos que en ella se recogen, según la información aportada por la empresa.

Se ha elaborado gracias a la convocatoria de Ayudas para el Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial del Departamento de Desarrollo Económico y Empresarial del Gobierno de Navarra, quien certifica que esta Memoria se ha realizado utilizando la **Metodología InnovaRSE**.



Para cualquier información, duda o sugerencia relacionada con el contenido esta Memoria puede ponerse en contacto con nosotros en:

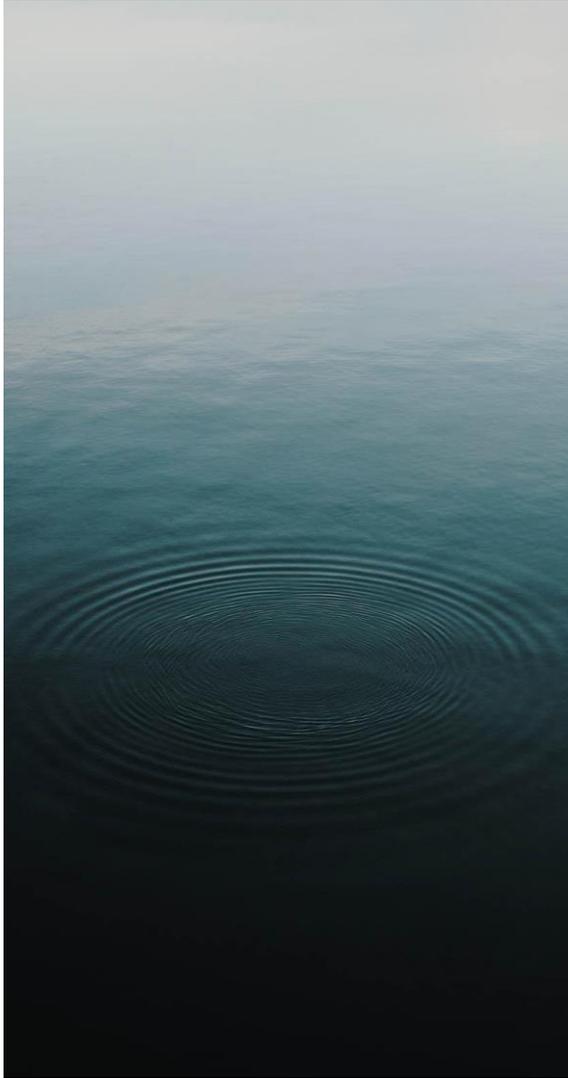
Rypples Media, S.L.
Agrupación Gurimendi, 14 [Olaz]
www.rypples.com
sgorria@rypples.com
689501244

ÍNDICE

ÍNDICE	
INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LA EMPRESA	4
COMPROMISO DE LA EMPRESA CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	11
SITUACIÓN DE LA EMPRESA EN LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD	13
NUESTRO PLAN DE ACTUACIÓN	22
CONTRIBUCIÓN A LOS ODS	26
NUESTROS SIGUIENTES PASOS	27

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LA EMPRESA

¿QUIENES SOMOS?



Rypples es una empresa navarra dedicada al diseño y a la producción de estrategias de comunicación digital y audiovisual. Esta actividad incluye el diseño creativo de estrategias de comunicación y la elaboración de contenidos informativos y/o publicitarios en diferentes formatos (vídeos, fotografía...) para distintos soportes, como pueden ser, entre otros, televisiones, plataformas digitales, páginas web y redes sociales.

Además, nos encargamos de la planificación, seguimiento, monitorización y potenciación de los contenidos que creamos en las redes sociales, así como de estrategias de venta por internet.

En definitiva, creamos los productos audiovisuales y digitales para que sirvan al cliente para dar a conocer o difundir su marca. Las palabras que definen nuestro negocio son comunicación, creatividad, audiovisual y digital. Nuestro cliente es toda empresa e institución, nacional o internacional, que quiera producir y

difundir un contenido audiovisual dirigido a un destinatario que, normalmente, es el consumidor.

Su equipo produce anualmente más de 300 vídeos, un volumen equivalente a cerca de cuatro películas de cine al año, que son vistos por más de 100 millones de personas al año en 16 países europeos. Alguno de nuestros productos ha sido considerado como el más viral e interactivo de España.

EL EQUIPO

El fundador y CEO de Rypples es José Miguel Zalba Arana, navarro de 37 años. Ha trabajado durante tres años en Google en Irlanda asesorando a grandes marcas en sus estrategias digitales. Su trabajo le valió diferentes reconocimientos por parte de esta compañía como mejor consultor estratégico en Europa, Oriente Medio y África. Con 28 años, dejó su trabajo en Google para regresar a su tierra y emprender. Licenciado en ADE y Derecho por la UPNA en 2009, cursó el máster en gestión de proyectos en la Universidad de California (UCLA) mientras trabajaba en la oficina de turismo del consulado de España en Los Ángeles. Antes de Google, trabajó en ING en México DF.



Rypples está formado por un equipo de 31 personas, políglota en varios idiomas y nativos digitales. Son profesionales con experiencia en producción audiovisual de vídeos publicitarios, videoclips musicales, producción de cine documental y en el diseño y gestión de estrategias de comunicación digitales. También forman parte de la plantilla personas con formación en arte, ingeniería y gastronomía. Nuestro objetivo es poder atraer y desarrollar el mejor talento joven en el campo de la comunicación, del negocio digital y de la creatividad audiovisual.

Además de las personas que componen día a día el equipo de la empresa, Rypples colabora habitualmente con diferentes instituciones y entidades, entre las que destacan, por ejemplo, la Universidad Pública de Navarra, la Universidad de Navarra, Google o el Basque Culinary Centre.

EL PROYECTO – LA HARINERA STUDIOS

Llevamos ocho años desarrollando estrategias de comunicación digital para marcas nacionales e internacionales que quieren comunicar y generar negocio con sus consumidores en este nuevo entorno. Una vez cumplida la etapa inicial y con una solidez demostrada por la experiencia, creemos que ha llegado el momento para afrontar el reto de acelerar el crecimiento de Rypples. Pensamos que estamos preparados para lanzarnos a abordar un mercado global con el objetivo de convertirnos en una referencia líder a nivel mundial en comunicación digital en el sector de la alimentación.

Para conseguirlo tenemos un nuevo proyecto. Se trata de La Harinera Studios. Queremos convertir la antigua harinera Huici-Leidan, en Olatz (Valle de Egües), en una factoría estratégica y creativa de producción audiovisual de contenidos digitales, incluido el vídeo y el cine. Rypples es la propietaria del edificio y cuenta ya con licencia de obras para iniciar la construcción de las nuevas instalaciones. Este nuevo espacio, al que se trasladará la empresa, contará con zonas preparadas para impulsar la transformación digital y la producción audiovisual de Navarra.



En “La Harinera Studios” también queremos dedicar una parte importante del espacio y tiempo a la formación porque, a través de nuestra actividad, conocemos el gran poder que las herramientas digitales tienen a la hora de conectar personas, compartir conocimiento o mejorar la competitividad de una sociedad. Y, de la misma manera, también somos conscientes de que la falta de adaptación a la digitalización acrecienta la brecha digital en la sociedad. Por ello en Rypples tenemos la intención de dedicar parte de nuestros recursos a complementar nuestra actividad principal con la de organizar, en colaboración con instituciones y entidades como Google, Facebook y LinkedIn, eventos, becas, cursos y jornadas abiertas al conjunto de las personas de nuestra sociedad con el objetivo de ayudar e impulsar la transformación digital de la sociedad en la que vivimos.

LA NUEVA CULTURA DIGITAL Y APUESTA POR LA TECNOLOGÍA 4.0

Rypples surgió en 2014 como respuesta a la necesidad emergente que tenían las empresas de encontrar personas con habilidades de negocio y de comunicación digital. La expansión de internet y el desarrollo de un ecosistema de plataformas y de dispositivos tecnológicos han producido, y siguen produciendo, un profundo cambio cultural en la sociedad, en sus hábitos y en su manera de actuar. Las nuevas formas de comunicar, de aprender, de entretener o de interactuar con los destinatarios, de y desde cualquier punto del planeta, supone una oportunidad para Rypples, ya que todas las empresas y las personas deben adaptarse e incorporar este cambio a su día a día para no quedarse atrás.



Internet y la llegada de la comunicación digital han cambiado la manera en la que una empresa se comunica con su audiencia. Hace años una marca producía un anuncio publicitario y activaba una campaña en televisión de tres o cuatro semanas al año. En esto consistía su actividad de comunicación al consumidor al año.

Hoy en día una marca de primera línea comunica a sus consumidores diez o quince veces al día en redes sociales o en canales digitales. Emite muchos más mensajes, de menor impacto estratégico y, por ende, de menor coste de producción.

Este nuevo contexto digital ha transformado la actividad de producción de contenidos, ya que esta actividad debe asimilarse a las características de una producción industrial seriada. La clave del éxito en la comunicación digital consiste en ser capaz de producir un resultado de calidad, a una escala de gran tamaño y con unos costes bajos. Este enfoque de producción industrial ha sido fundamental para el crecimiento de Rypples en años anteriores y debe seguir siéndolo en el futuro desde La Harinera Studios.

La producción a gran escala de contenidos digitales no está reñida en nuestro caso con la calidad. Porque, además de contar con una experiencia y un conocimiento que nos avalan, nos apoyamos en el uso de una tecnología audiovisual de primer nivel mundial. De esta forma nuestro volumen de producción está intrínsecamente unido a un producto final de calidad, tanto creativa como tecnológicamente.

Los medios materiales que utilizamos, nuestros equipos de cámara, iluminación, ópticas... son los mismos que emplean las producciones de cine de Hollywood. Estos equipamientos requieren una gran inversión que es asumida en nuestro caso por el elevado volumen de producción con el que trabajamos.



Esta apuesta por la tecnología como factor diferencial va a seguir orientando nuestra actividad a futuro y tendrá su reflejo en La Harinera Studios. Pensamos dar un paso más y apostar por el uso de tecnología audiovisual 4.0 e incorporar a nuestros procesos dos robots especializados en esta materia de los que existen muy pocas unidades en todo el mundo y que son capaces de producir imágenes que el ser humano por sí solo no es capaz de lograr.

ALMA LOCAL, VISIÓN GLOBAL

Rypples conjuga, por tanto, elevado volumen de producción con calidad, tecnología con creatividad y, además, un alma local con una visión global. Todas las personas que formamos el proyecto compartimos una misma pasión por nuestra tierra y origen, a los que, por otra parte, están tan ligados los productos de nuestro principal cliente, la industria alimentaria; y, al mismo tiempo, abordamos nuestra actividad con una proyección internacional.

Nuestro producto y servicio es global, nuestros procesos son digitales y nuestros clientes pertenecen a grupos internacionales. Así que tenemos los ingredientes necesarios para alcanzar el éxito en una estrategia de exportación. A día de hoy ya hemos trabajado para Francia, Reino Unido, Rumania, Portugal y Holanda, y hemos ayudado a clientes a exportar sus productos. Nuestras estrategias internacionales han funcionado y los clientes han cumplido sus objetivos. La exportación es para nosotros una clara vía de crecimiento.

Por ello tenemos el objetivo de que en cinco años el 50% de nuestro negocio provenga de la exportación a mercados europeos.

Durante estos años iniciales del proyecto hemos demostrado que la oportunidad de mercado existe, hemos aprendido a satisfacer las necesidades de grandes clientes y hemos generado un producto de calidad y valor. Nuestro modelo de negocio está validado por nuestra experiencia y nuestros clientes. Una vez superada esta etapa inicial,

estamos preparados para construir el segundo pilar estratégico de nuestro proyecto. Vamos a contar con un espacio de trabajo y con una tecnología de primer nivel que nos permitan consolidar nuestros procesos productivos, acelerar el crecimiento de nuestro equipo y expandir nuestra actividad a nuevos clientes y mercados.

MISION Y VISION FIJADAS

MISION

La misión describe una propuesta ambiciosa pero alcanzable sobre lo que ofrecemos a nuestros clientes y sus potenciales usuarios.

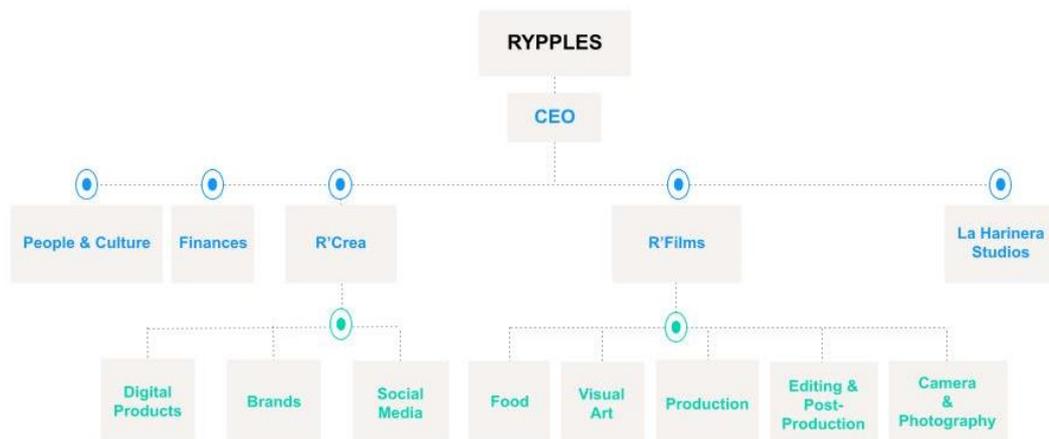
Construimos ESTRATEGIAS de comunicación y negocio digital y su aterrizaje en contenidos impactantes que ayuden a nuestros clientes a resultar atractivos y valiosos para sus públicos.

VISION

La visión describe el impacto que queremos generar en la vida de nuestros clientes y usuarios, a una escala global y en una proyección de evolución a medio - largo plazo.

El futuro es de los que apuestan por una transformación digital en clave humana.

Por eso queremos INSPIRAR cada día a más personas en la nueva cultura digital, produciendo un IMPACTO transformador en la sociedad.



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN NUESTRA EMPRESA

El compromiso de Rypples Media, S.L. con la responsabilidad social empresarial comenzó en el año 2021, tras un proceso de reflexión por parte de la Dirección, se decidió apostar por implantar criterios de responsabilidad social empresarial en las áreas y actuaciones de la empresa, de forma progresiva y a largo plazo.

Para avanzar con coherencia en este campo es necesario elaborar una estrategia de acción para conocer la situación en la que se parte y el objetivo de dónde se quiere llegar. Para este fin, contamos con el apoyo del Departamento de Política de Empresa, Proyección Internacional y Trabajo del Gobierno de Navarra.

Desde el inicio nos hemos apoyado en su metodología InnovaRSE, una herramienta que de forma paulatina nos ha ayudado en la implantación, realizando desde el año 2021 la primera fase; planificación inicial.

Durante este proceso se han identificado buenas prácticas existentes en la empresa y éstas son:

1. Cuentas de clientes personalizadas, incluso en acción comercial.
2. Convenios para becados con alto grado de contratación en pro de la contratación de personal joven.
3. Recuperación de entorno industrial-histórico.

Además, también se han detectado áreas y ámbitos de trabajo en lo que existe capacidad de mejora y éstas serían las siguientes:

1. Contar con un soporte fiscal a nivel internacional y nacional.
2. Inclusión de la robótica en los procesos productivos.
3. Desarrollar una política que recoja connotaciones sobre la gestión ambiental.
4. Estudio de aplicabilidad de energías renovables.
5. Realizar un plan de acción positiva. (protocolo actuación acoso laboral).
6. Realizar un plan de formación.

D. José Miguel Zalba

CEO Rypples Media, S.L.

En Olaz, a 20 de septiembre de 2022

COMPROMISO DE LA EMPRESA CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Desde que en Rypples Media, S.L. decidimos incluir criterios de responsabilidad social empresarial en la estrategia empresarial, son varias las actuaciones llevadas a cabo con apoyo de la metodología InnovaRSE del Gobierno de Navarra:

- 1ª Fase, se realizó en el año 2021: **PLANIFICACIÓN INICIAL**. Esta fase engloba el diagnóstico de situación de las dimensiones económica, social y ambiental, así como el plan de actuación en el que se definen las diferentes actuaciones de mejora que se van a llevar a cabo.
- Este año 2022, presentamos nuestra primera **MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD**, con la que comunicamos a nuestros grupos de interés, la responsabilidad social de nuestra empresa.

Firmes con el compromiso adquirido, desde la presentación en septiembre 2021 de nuestra planificación inicial, estamos realizando un gran esfuerzo para cumplir con los objetivos que nos habíamos propuesto.

Por lo que, a día de hoy, un año después, nos sentimos orgullosos de comunicar que hemos conseguido realizar las siguientes actuaciones:

1. Contratación de asistencia fiscal a nivel nacional e internacional.
2. Adquisición de equipo de robótica para estudio de grabaciones.
3. Realización de estudio de aplicabilidad de energías renovables en instalaciones y proceso.

Llevamos desde el año 2021 desarrollando un proceso de reflexión y acción destinado a implantar progresivamente los criterios de responsabilidad social empresarial tanto en nuestra estrategia, como en nuestra gestión diaria, siguiendo la estela de miles de organizaciones públicas y privadas que participan activamente en el camino hacia la sostenibilidad.

El compromiso del equipo directivo de RYPPLES MEDIA, S.L. con la responsabilidad social empresarial en su triple dimensión: económica, ambiental y social, fue formulado a través del documento "Compromiso de la Dirección", y se dio a conocer a toda la empresa mediante: reuniones de trabajo.

El compromiso abarca también la colaboración y comunicación de nuestros logros y resultados a nuestros Grupos de Interés más relevantes:

- Propietarios, Accionistas, Miembros del Consejo de Administración.
- Clientes.
- Trabajadores.



SITUACIÓN DE LA EMPRESA EN LAS TRES DIMENSIONES DE LA SOSTENIBILIDAD

En RYPPLES MEDIA, S.L. realizamos nuestro primer diagnóstico de situación en materia de responsabilidad social empresarial en el año 2.021, por ello, todos los datos cuantitativos a los que se hace alusión en los indicadores de esta memoria, se refieren al:

- ejercicio 2.020, ejercicio el cual se encontraba totalmente cerrado a la fecha de elaboración de dicho diagnóstico y,
- ejercicio 2.021, ejercicio cerrado para la actualización, a fecha de redacción de memoria de sostenibilidad.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Nuestra actividad ha experimentado un gran aumento en los últimos años. Cabe destacar que hasta la actualidad no se había dispuesto de un plan comercial y de marketing como tal, pero actualmente se está llevando a cabo. Nuestra mayor dificultad es ser capaces de reestructurar las funciones y responsabilidades de nuestro equipo y áreas de trabajo, para hacer frente al crecimiento actual.

Para ello, contamos con el apoyo de nuestro equipo, nuestros proveedores especializados, como por ejemplo asesoría fiscal y laboral y proveedores tecnológicos que nos brindan soporte en inteligencia artificial, así como nuestro propietario, el cual siempre esta inmenso en el trabajo, buscando mejorar día a día en todos los aspectos. Vemos que también tenemos muchas dificultades, como por ejemplo el acceso a la financiación de nuestra I+D+i y la captación del talento.

En los próximos años somos conscientes que necesitaremos formación en conceptos de publicidad y marketing responsable e inclusivo, así como introducir nuevos criterios de conducta y mecanismos para la prevención de delitos, en nuestra gestión diaria, al prever que nuestro crecimiento generará nuevos riesgos que deberán ser controlados.

ALGUNOS INDICADORES RELACIONADOS CON LA DIMENSIÓN

INDICADOR	ASPECTO VINCULADO	CONTRIBUCIÓN A ODS (Agenda Navarra 2030)	UNIDADES AÑO DE OBTENCIÓN DEL DATO. 2020	UNIDADES AÑO DE OBTENCIÓN DEL DATO. 2021
Resultados netos	E-03	8.10	518.315 euros.	450.272 euros
Inversión en I+D+i	E-04	9.10 9.13	0 euros.	0
% de proveedores y subcontratas de ámbito local	E-06	12.Nav	39,68%	37,90%
% de entidades proveedoras que cuentan con sellos InnovaRSE u otros análogos	E-06		14,28%	14,28%
Nº total de reclamaciones realizadas por clientes y organizaciones de consumidores	E-07		0	0
Nº de acciones de sensibilización / formación sobre discapacidad destinadas a la plantilla	E-09		0	0
Nº de personas formadas para atender a clientes con necesidades específicas.	E-09		0	0

DIMENSIÓN AMBIENTAL

Nuestra organización no dispone de un sistema de gestión ambiental como tal, por lo que no cuenta con unas herramientas de análisis y evaluación de sus impactos, debido principalmente a que se está en proceso de cambio. Es decir, se prevé que se reubique la actividad en el espacio que está siendo adecuado en el edificio de la antigua Harinera.

El proyecto es denominado "La Harinera Studios".

A día de hoy, en la ubicación actual, los impactos son similares a los realizados por una familia numerosa que habita en zona residencial. A futuro se van a integrar en el día a día la gestión ambiental, comenzando, desplegando una política ambiental, planteado como área de mejora. Para ello, contamos con el apoyo de nuestra propiedad, destinando los recursos para ello, el personal, el cual está muy sensibilizado en esta temática y nuestros proveedores especializados. Todo no será fácil en este objetivo. Las principales dificultades que apreciamos, es la fuerte inversión necesaria y que debido a nuestra actividad es complicada la introducción de criterios de eco-diseño y economía circular. Para materializar nuestros objetivos en relación a la dimensión ambiental, necesitaremos un sistema de gestión ambiental que nos ayude al control de esta área, introducción correctamente el control de la eficiencia energética en nuestros procesos de producción y mejorar el control de consumos de recursos naturales y la generación de emisiones de forma directa e indirecta.

ALGUNOS INDICADORES RELACIONADOS CON LA DIMENSIÓN

INDICADOR	ASPECTO VINCULADO	CONTRIBUCIÓN A ODS (Agenda Navarra 2030)	UNIDADES Y AÑO DE OBTENCIÓN DEL DATO. 2.020	UNIDADES Y AÑO DE OBTENCIÓN DEL DATO. 2.021
Consumo total de energía, por fuente	A-02	07.20 07.31 07.35	Electricidad; 12.330 Kwh	Electricidad; 12.937 Kwh
Porcentaje de energía renovable	A-02		0%	0%
Consumo total de agua	A-02		160 metros cúbicos.	397 metros cúbicos (aumento por otras instalaciones temporalmente)
Cantidad de Residuos Producidos*	A-03	12.10	--	0
% del personal que acude al centro de trabajo en transporte público o transporte colectivo de empresa	A-06		0%	9%
Nº de acciones formativas en materia de medio ambiente	A-07		0	0
Nº de personas formadas en gestión ambiental	A-07		0	0

DIMENSIÓN SOCIAL

En este ámbito nos hemos encontrado inmersos en los últimos años en una reestructuración muy importante, que afecta a todas las áreas de la empresa.

En cuanto a la dimensión social entendemos que estamos bien posicionados al ir estableciendo, poco a poco áreas de actuación en las que está trabajando.

En cuanto a la comunicación en la empresa establecemos reuniones diarias, y la dirección es en todo momento muy accesible, poniendo en conocimiento cualquier cosa que pase y que afecte al funcionamiento de la misma.

En la empresa existen medidas de conciliación de la vida laboral, familiar y personal, para aquellas personas que precisen su uso, pero bajo petición y estudio individualizado.

En cuanto a la accesibilidad no se ha realizado ninguna evaluación, sin embargo, en general excepto el acceso al local de trabajo, que presenta barreras arquitectónicas, los puestos de trabajo se consideran adecuados. En nueva ubicación (La Harinera), se dispone de una correcta accesibilidad.

La empresa tiene un servicio de prevención de riesgos laborales ajeno contratado y está implantando un sistema de gestión.

Para mejorar el desempeño en esta área, contamos con varias dificultades. Entre ellas, vemos que tenemos dificultades para la incorporación de personal con problemas de inserción, que tenemos que disponer de buenas relaciones e identificar para ello las organizaciones y colectivos locales que podrían verse afectados por nuestra actividad para mantener un buen diálogo con las mismas. También hemos observado que tenemos dificultades para introducirnos en foros y realizar colaboración con la administración en el establecimiento de las políticas públicas y programas de desarrollo en nuestra tierra.

Para avanzar positivamente contamos con grandes apoyos. Estos son los siguientes:

- Comunicación fluida entre todas las personas de la empresa.
- No se hace uso de externalizaciones de trabajo, se fomenta la contratación directa del personal por la empresa.
- Actividad preventiva regulada por un servicio de prevención.
- Facilidad en la conciliación de la vida laboral.

Hemos detectado que en los próximos años tenemos una serie de necesidades para avanzar en nuestro desempeño en relación a la dimensión social. Estos son los siguientes;

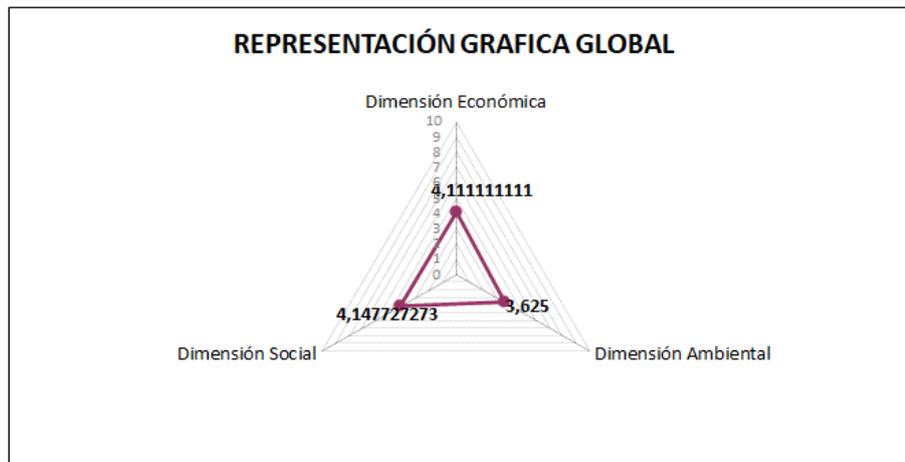
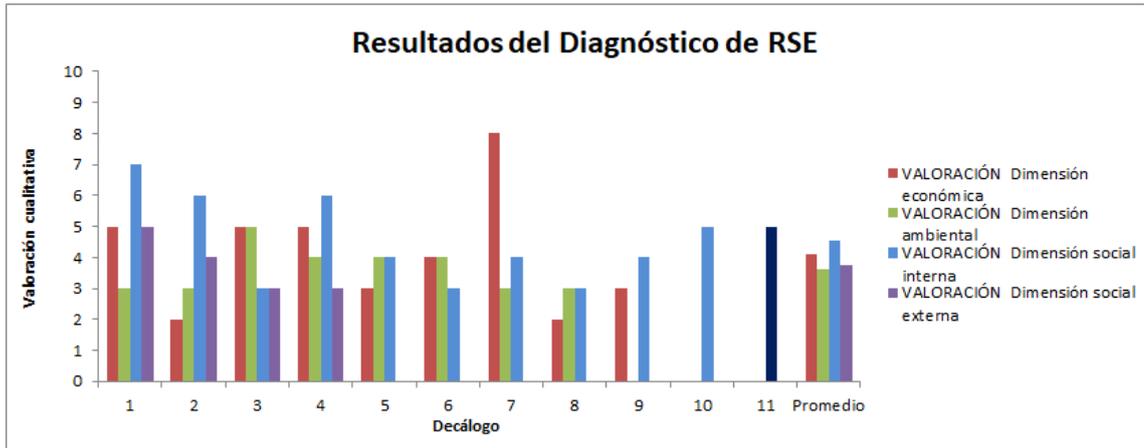
- Disponer de mecanismos para evaluar el clima laboral.
- Desarrollo de políticas de igualdad en nuestra empresa.
- Disponer de un sistema de evaluación del impacto en la empresa de la participación en acciones sociales.

ALGUNOS INDICADORES RELACIONADOS CON LA DIMENSIÓN

INDICADOR	ASPECTO VINCULADO	CONTRIBUCIÓN A ODS (Agenda Navarra 2030)	UNIDADES Y AÑO DE OBTENCIÓN DEL DATO. 2020	UNIDADES Y AÑO DE OBTENCIÓN DEL DATO. 2021
Distribución porcentual de los contratos, por tipo de contrato, tipo de jornada y sexo	SI-04/SI-07	4.31 8.20 8.30 8.31 8.35	*ver tabla	tabla
Proporción entre salarios más altos y salarios más bajos	SI-05	10.11	10,48	5,13
Índice de incidencia	SI-06	08.60 03.14	0	0
Brecha salarial entre mujeres y hombres, por categoría profesional	SI-07	5.03Nav 05.10 05.12 05.33	-28,74 €	-27,13%
Nº de personas contratadas de colectivos con dificultades de inserción, por tipo de colectivo	SI-09		0	0
Nº medio de horas de formación/ persona, por categoría	SI-11	4.40	0	Cámara hombre Master h en el 2021 110 horas
Nº de asociaciones, redes, grupos de trabajo, comisiones... de tipo sectorial y/o local en las que participa la organización	SE-01 SE-02 SE-03		En 2.021 se asociaron a CLAVNA	2 (Clavna y APD)

INDEFINIDOS			TEMPORALES			PRÁCTICAS		
HOMBRES	77,27%	MUJERES	HOMBRES	4,55%	MUJERES	HOMBRES	18,18%	MUJERES
23,53%		76,47%	0,00%		100%	25%		75%

CATEGORÍA PROFESIONAL		PLANTILLA		PERSONAS CON DISCAPACIDAD SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA		> 45 AÑOS SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA		DE PROGRAMAS DE INTEGRACIÓN SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Dirección	H	1	4,55%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	1	4,55%	0	0%	1	4,55%	0	0%
Ejecutivas de cuentas	H	1	4,55%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	8	36,36%	0	0%	0	0%	0	0%
Edición	H	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	3	13,63%	0	0%	0	0%	0	0%
Operadores	H	3	13,63%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Attrezzistas	H	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	4	18,18%	0	0%	0	0%	0	0%
Oficiales	H	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	1	4,55%	0	0%	1	4,55%	0	0%
Total, H		5	22,73%	0	0%	0	0%	0	0%
Total, M		17	77,27%	0	0%	2	9,1%	0	0%
TOTAL		22	100%	0	0%	2	9,1%	0	0%



Analizando el equilibrio entre las 3 dimensiones, estas aparecen equilibradas en el diagrama de tela de araña. Es decir, tanto el grado de desempeño, como la capacidad de mejora es proporcional y se guarda equilibrio entre las 3 dimensiones.

Cabe destacar la capacidad de mejora, ya que la organización decidió comenzar a trabajar el concepto de responsabilidad social en el seno de su organización para prepararse conceptualmente y en cuanto a modelos de gestión para ser aplicadas estas consideraciones en el futuro proyecto actualmente en estado avanzado, cara a la ubicación de la actividad en La Harinera.

Esto será un salto cualitativo, donde se prevé que la compañía disponga de un crecimiento importante.

Las [buenas prácticas detectadas en RYPPLES MEDIA, S.L.](#) en RSE son:

En el **ÁREA ECONÓMICA**, destacamos:

1. Cuentas de cliente personalizadas, incluso en acción comercial: Preparación de carta de servicio, siempre personalizada para cada cliente, donde mediante sistemas de inteligencia artificial evalúan la ganancia de posicionamiento y la actuación a desarrollar para ello.

Los grupos de interés sobre los que se incide son Clientes y Propietarios.

En el **ÁREA SOCIAL INTERNA**, destacamos:

1. Convenios para becados con alto grado de contratación en pro de la incorporación al equipo de personal joven: La empresa utiliza convenios con las universidades, donde se ofrecen becas curriculares y becas para titulado, donde normalmente este personal se queda en plantilla, ante el crecimiento de la entidad en los últimos dos años. Se ofrecen contratos indefinidos después de la beca.

Los grupos de interés sobre los que incide son: Sociedad, Trabajadores y Propietarios.

En el **ÁREA SOCIAL EXTERNA**, destacamos:

1. Recuperación de entorno industrial – histórico: La empresa ha optado por adaptar un edificio histórico-industrial (La antigua harinera, ubicada en Olaz del Valle de Egüés).

Los grupos de interés sobre los que incide son: Comunidad, Propietarios, Sociedad y Trabajadores.

NUESTRO PLAN DE ACTUACIÓN

RYPPLS MEDIA, S.L. elaboró en **2.021**, su primer Plan de Actuación RSE, lo que nos permitió avanzar un paso importante en el camino de la sostenibilidad y definir, con detalle, en qué aspectos y líneas de trabajo íbamos a enfocar nuestros esfuerzos de mejora, así como definir el seguimiento y control del mismo para garantizar la mejora continua de la gestión de la RSE en la empresa.

Este informe pretende, por tanto, dar continuidad al trabajo iniciado con la Planificación inicial de la RSE, dando un paso más allá en el camino hacia la implantación de la responsabilidad social en la empresa, contando con un reporte informativo en cuenta a nuestro desempeño. Así, una vez analizados los resultados del Diagnóstico, se redactó un Plan de Actuación, un instrumento eficaz para que la RSE se vaya integrando progresivamente en la estrategia empresarial. La duración total prevista desde su realización era de 24 meses, con fecha prevista de finalización, septiembre 2023.

En cuanto a las actuaciones de mejora una vez priorizadas en función de los grupos de interés, surgieron actuaciones equilibradas entorno a las 3 dimensiones. Se cuenta con otras actuaciones interesantes identificadas y que muy probablemente se desarrollen a futuro, como la preparación de la entidad para presentar su candidatura a la obtención del sello "Great Place to Work"., con el objetivo de afianzar el correcto clima laboral que en la entidad se respira. Cabe destacar la intención de la compañía de robotizar en el área de grabación, siendo muy pocas las referencias a nivel internacional.

A continuación, detallamos, por cada dimensión dichas Áreas de Mejora, sus objetivos más relevantes y el momento del proceso en que nos encontramos en la fecha de redacción de esta Memoria de Sostenibilidad, visualizado a través de los indicadores:

En el **ÁREA ECONÓMICA**:

1. Contar con un soporte fiscal a nivel internacional y nacional: Garantizar la buena praxis fiscal en la apertura de nuevos mercados internacionales.

Los grupos de interés sobre los que incide son: Clientes, Propietarios y Trabajadores.

Situación actual: Finalizada.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO							
Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
Referencias de proveedores encontradas	Nº referencias	0	01/10/21	3	31/10/21	3	100%
Elaboración de documento con las funciones y responsabilidades asumir por asesores externos	Si/No	No	01/11/21	Si	31/1/22	Si	100%
Servicio contratado/no contratado	Si/No	No	01/02/22	Si	28/02/22	si	100%

2. Inclusión de la robótica en sus procesos productivos: Adquirir equipo de robótica para incorporación a estudios de grabaciones.

Los grupos de interés sobre los que incide son: Clientes, Propietarios y Trabajadores.

Situación actual: Finalizada. Se decidió adelantar el periodo de ejecución previsto dada la importancia que la actuación tenía sobre el proceso de producción.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO							
Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
Referencias de proveedores encontradas	Nº referencias	0	01/10/22	3	31/03/23	1	100% (solo hay un único proveedor comparable)
Análisis de todas las soluciones encontradas y determinar propuesta a proveedor con maniobras a realizar de forma autónoma.	Soluciones analizadas/soluciones necesarias	0	01/04/23	100 %	31/07/23	1	100% (solo hay un único proveedor comparable)
Servicio contratado/no contratado	Cualitativo	No integrado	01/08/23	Integrado	31/10/23		Adquirido.100 %

En el **ÁREA AMBIENTAL**:

1. Desarrollar una política que recoja connotaciones sobre la gestión ambiental: Desarrollar una política que sea conocida y aplicada por la organización y todo su personal y actividades.

Los grupos de interés sobre los que incide son: Generaciones futuras, Sociedad, Propietarios y Trabajadores.

Situación actual: No iniciada.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO							
Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
N.º de valores validados	Nº de valores	0	01/11/21	4	30/11/21	0	0%
Redacción política	Si/No	Si	01/12/21	No	31/01/22	No	0%
Comunicación política	Acciones de comunicación	0	01/02/22	4	31/03/22	0	0%

2. Estudio de aplicabilidad de energías renovables: Se trata de realizar un estudio de la aplicación de las energías renovables en sus instalaciones y proceso, analizando el retorno de la inversión y el carbono a evitar con las medidas. Al disponer de un gran proyecto en curso, basado en adecuar un edificio histórico a nuevas actividades, se va a cruzar las tecnologías renovables, para apostar por la sostenibilidad.

Los grupos de interés sobre los que incide son: Sociedad, Propietarios y Clientes.

Situación actual: Pendiente finalización, toma de decisión en los próximos meses.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO							
Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
Nº de entidades proveedoras que ofertan	Numérico	0	01/12/21	2	31/03/23	2	100%
Realizado / No realizado	Cualitativo	No realizado	01/03/22	Realizado	31/05/23	Realizado	100%
Validado / No validado	Cualitativo	No Validado	01/06/22	Validado	31/07/23	No validado	50%
Realizado / No realizado	Cualitativo	No realizado	01/07/22	Realizado	31/10/23	No Realizado	0%

En el **ÁREA SOCIAL**:

1. Realizar un protocolo actuación acoso laboral: Disponer de un protocolo, como preámbulo de la implantación de un plan de igualdad, de denuncia y sanción, medidas preventivas, equipos o personas capacitadas y designadas para actuar, en caso de que se produzca.

Los grupos de interés sobre los que incide son: Sociedad, Propietarios, Clientes y Entidades proveedoras.

Situación actual: No iniciada.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO							
Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
Procedimiento realizado	Si/No	No	01/01/22	Si	30/06/22	No	0%
Procedimiento validado	Si/No	No	01/07/22	Si	30/09/22	No	0%
Procedimiento comunicado	Si/No	No	01/10/22	Si	30/11/22	No	0%

2. Realizar un plan de formación: Se trata de realizar un plan de formación específico para aumentar el rendimiento global de la empresa, mediante nuevas orientaciones, promociones y oportunidades para el personal.

Los grupos de interés sobre los que incide son: Sociedad, Propietarios, Clientes y Entidades proveedoras.

Situación actual: No iniciada. Pendiente realización en los próximos meses.

SEGUIMIENTO INDICADORES ASOCIADOS A OBJETIVO							
Nombre indicador	Unidad de medida	Valor inicio	Fecha inicio	Valor esperado	Fecha final	Valor alcanzado	% de Ejecución
Trabajadores analizados	%	0	01/11/21	100	31/12/21	0	0%
Acciones formativas realizadas / previstas	%	0	01/01/22	100	31/03/22	0	0%
Trabajadores satisfechos	%	0	01/06/22	100	30/06/22	0	0%

CONTRIBUCIÓN A LOS ODS

INDICADOR	ASPECTO VINCULADO	CONTRIBUCIÓN A ODS (Agenda Navarra 2030)	Unidades Inicial (2020)	Unidades Actual (2021)
Resultados netos	E-03	8.10	518.315 euros.	450.272 euros
Consumo total de energía por fuentes	A-02	07.31 07.35	Electricidad; 12.330 Kwh	Electricidad; 12.937 Kwh
Cantidad de residuos producidos	A-03	12.10	0* No es actividad industrial	0* No es actividad industrial
Distribución porcentual de los contratos, por tipo de contrato, tipo de jornada y sexo	SI-04/SI-07	4.31 8.20 8.30 8.31 8.35	*ver tabla 1	*ver tabla 2
Proporción entre salarios más altos y salarios más bajos	SI-05	10.11	10,48	5,13
Índice de incidencia	SI-06	08.60 03.14	0	0
Brecha salarial entre mujeres y hombres, por categoría profesional	SI-07	05.10 05.12 05.33	-28,74 €	-27,13%
Nº medio de horas de formación/ persona, por categoría	SI-11	4.40	0	Cámara hombre Master h en el 2021 110 horas
Inversión en I+D+i	E-04	9.10 9.13	0	0
Porcentaje de energía renovable	A-02	07.31 07.35	0%	0%
Consumo total de agua	A-02	07.20	160 metros cúbicos.	397 metros cúbicos

TABLA 1 (sobre 2.020)

INDEFINIDOS			TEMPORALES			PRACTICAS		
HOMBRES	23,68%	MUJERES	HOMBRES	42,11%	MUJERES	HOMBRES	34,21%	MUJERES
44,44%		55,56%	12,50%		87,50%	15,38%		84,62%
Cód. trabajador	Nombre trabajador	Tipo contrato	Cód. trabajador	Nombre trabajador	Tipo contrato	Cód. trabajador	Nombre trabajador	Tipo contrato

CATEGORÍA PROFESIONAL		PLANTILLA		PERSONAS CON DISCAPACIDAD SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA		> 45 AÑOS SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA		DE PROGRAMAS DE INTEGRACIÓN SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Dirección	H	1	7,14	0	0	0	0	0	0
	M	1	7,14	0	0	0	0	0	0
Ejecutivas cuentas	H	1	7,14	0	0	0	0	0	0
	M	3	24,42	0	0	0	0	0	0
Edición	H	1	7,14	0	0	0	0	0	0
	M	1	7,14	0	0	0	0	0	0
Operadores	H	1	7,14	0	0	0	0	0	0
	M	1	7,14	0	0	0	0	0	0
Attrezzistas	H	0	0	0	0	0	0	0	0
	M	2	14,28	0	0	0	0	0	0
Oficiales	H	1	7,14	0	0	0	0	0	0
	M	1	7,14	0	0	0	0	0	0
Total H		5	35,72		0	0	0	0	0
Total M		9	64,27		0	0	0	0	0
TOTAL		14			0	0	0	0	0

TABLA 2 (sobre 2.021)

INDEFINIDOS			TEMPORALES			PRÁCTICAS		
HOMBRES	77,27%	MUJERES	HOMBRES	4,55%	MUJERES	HOMBRES	18,18%	MUJERES
23,53%		76,47%	0,00%		100%	25%		75%

CATEGORÍA PROFESIONAL		PLANTILLA		PERSONAS CON DISCAPACIDAD SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA		> 45 AÑOS SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA		DE PROGRAMAS DE INTEGRACIÓN SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Dirección	H	1	4,55%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	1	4,55%	0	0%	1	4,55%	0	0%
Ejecutivas de cuentas	H	1	4,55%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	8	36,36%	0	0%	0	0%	0	0%
Edición	H	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	3	13,63%	0	0%	0	0%	0	0%
Operadores	H	3	13,63%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Attrezzistas	H	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	4	18,18%	0	0%	0	0%	0	0%
Oficiales	H	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	M	1	4,55%	0	0%	1	4,55%	0	0%
Total, H		5	22,73%	0	0%	0	0%	0	0%
Total, M		17	77,27%	0	0%	2	9,1%	0	0%
TOTAL		22	100%	0	0%	2	9,1%	0	0%

En cuanto a la comparación de los indicadores disponibles en el año 2.020, en relación a los indicadores ODS, actualizados en 2.022, sobre el ejercicio del 2.021, se ha podido realizar una comparativa únicamente en los indicadores mostrados en la tabla anterior. Los cuales corresponden a indicadores reconocidos como ODS.

Durante la realización de esta memoria, la compañía está inmensa en finalizar el proyecto La Harinera, siendo esto un salto cualitativo en cuanto a poder desempeñar estrategias acordes a la Responsabilidad Social Empresarial, tales como implantar instalación de fotovoltaica para disponer de un % de estas fuentes como suministro de la actividad.

También cabe destacar el aumento en consumo de agua derivado de la actividad, el cual se debe al incremento la plantilla y disponer de otro local en régimen de alquiler, hasta que puedan desplazarse el total de las actividades a la nueva sede, una vez puesto en marcha el proyecto “La Harinera”

NUESTROS SIGUIENTES PASOS

Nuestro compromiso sigue intacto y deseamos seguir avanzando en la realización e implantación de actuaciones relacionadas con la responsabilidad social empresarial.

Por ello, de forma simultánea a la planificación de nuestro crecimiento, dedicaremos todos los esfuerzos necesarios a alcanzar nuestros objetivos en responsabilidad social, dado que consideramos que otorga a nuestra empresa una implicación y motivación extra para nuestra plantilla y una mejora en nuestra imagen de marca, lo que repercute en una mayor lealtad de nuestros clientes.

Además, preocupados por el bienestar de nuestra plantilla, se ha decidido establecer una nueva área de mejora adicional a las previstas; la realización de una evaluación de riesgos psicosociales, con la finalidad de evaluar el clima laboral y proponer mejoras si fueran necesarias.



INNOVARSE
NAVARRA