

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**CHOCOLATES ARTESANOS ISABEL**  
CIF:73259049R  
Plaza las Escuelas nº:2 - 3  
44550 - ALCORISA  
Teruel

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Chocolates Artesanos Isabel

#### 02 - Dirección - CP - Población

Plaza Las Escuelas 2 y 3  
44550 Alcorisa - Teruel

#### 03 - Sector. Actividad

Elaboración de chocolate artesano certificado por Agricultura ecológica y Comercio Justo

#### 04 - Año comienzo actividad.

1997 - 2010

#### 05 - Número de personas empleadas

6

#### 06 - Persona contacto

Isabel Félez Roselló

#### 07 - E-mail contacto

[contabilidad@chocolates.bio](mailto:contabilidad@chocolates.bio)

#### 08.- Página web

[www.chocolates.bio](http://www.chocolates.bio)

### GENERAL

#### Tendencias Globales

- 1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:
  - Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
  - Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
  - Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
  - Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)

**- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

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

**1.1 Información adicional**

Estamos dentro del Mercado Social y ya hemos conseguido la Segunda Semilla de la Economía del bien Común (somos la primera empresa aragonesa en conseguirla)

Creemos que estos temas nos afectan y e intentamos trabajar de una forma sostenible, teniendo en cuenta criterios éticos.

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

Si

**2.1. Información adicional**

Nosotras intentamos hacerlo. Además de buscar la rentabilidad económica, tratamos de que nuestro trabajo respete las personas, nuestro entorno y el medio ambiente.

Para ello:

-Trabajamos certificadas por Agricultura Ecológica y Comercio Justo (Fairtrade), Somos la única chocolatería española en trabajar con la doble certificación.

- Fomentamos el consumo de proximidad en el medio rural de Teruel, una zona especialmente difícil debido a la despoblación (materias primas como los frutos secos o el aceite de oliva)

- Nuestro packaging sigue principios de ecodiseño (papel procedente de bosques sostenibles, tintas naturales, sin colas ni pegamentos, bioplásticos,...)

- Nuestros proveedorxs proceden de la economía verde (banca ética, seguros éticos, energías renovables, proveedores materia prima SlowFood y mercado social,...)

- Plantilla de personas trabajadoras compuesta un 100% por mujeres.

- Desarrollo del trabajo en el medio rural aragonés, para poner nuestro granito de arena contra la despoblación

- Balance de la Economía del Bien Común (segunda semilla) y del Mercado Social

-En nuestras redes sociales y mediante blog y emails estamos continuamente publicando para que el cliente final y nuestros proveedores estén al corriente de todas las actuaciones que realizamos.

- Programa de formación en chocolatería gratuito para colectivos más vulnerables (colectivo de familias monomarentales y para empresas y emprendedorxs que quieran

instalarse en el medio rural de Teruel). La chocolatería artesana está en alza, y hay un nicho de empleo para empresas que trabajen desde el haba de cacao y para la chocolatería ecológica. Hacemos mucha formación remunerada por este motivo a otros profesionales, pero también hacemos formación gratuita para madres solteras y personas que quieran emprender en Teruel y luchar así contra la despoblación.

### **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**

Anualmente se planifican nuevos objetivos que intentamos que sean realistas y realizables.

#### **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**

.Aunque existe un presupuesto anual para trabajar de forma ecológica y dentro del comercio justo, no creemos que la responsabilidad social sean aportaciones puntuales a proyectos medioambientales y sociales.

Más bien pensamos que es una forma de trabajo global, que incluye TODOS los departamentos de la empresa: desde producción (donde sólo se trabaja con materias primas ecológicas), logística (donde se trabaja con empresas de transporte que compensan su huella de carbono), marketing, gestión, etc. La responsabilidad social es algo transversal que afecta a todos los departamentos de la empresas y a todas las tareas que se realizan.

### **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**

.Grupos de interés en nuestra empresa:

- Personas interesadas en productos Ecológicos y de Comercio Justo
- Clientxs (distribuidorxs / tiendas que venden nuestros productos / clientx final)
- Proveedorxs
- Nuestro entorno local
- Personas que trabajan y cultivan las materias primas con las que elaboramos nuestros

chocolates (agricultorxs de países del Sur), aunque no sean directamente proveedorxs.

#### **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**

.- Personas trabajadoras

Conciliación familiar y laboral. Potenciación del empleo femenino y de personas mayores. Convenio con la obra social La Caixa para la inclusión laboral de personas en riesgo de exclusión.

- Clientxs (distribuidorxs / tiendas que venden nuestros productos / clientx final):  
Información y transparencia. Formación en consumo responsable y comercio justo.

- Proveedorxs:

Relaciones comerciales largas, win to win y basadas en la confianza.

- Nuestro entorno local:

Fomento del empleo local. Puesta en valor de las materias primas locales. Colaboración con iniciativas locales y provinciales.

- Personas que trabajan y cultivan las materias primas con las que elaboramos nuestros chocolates (agricultorxs de países del Sur), aunque no sean directamente proveedorxs:

#### **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**

.Somos una empresa pequeña y estamos en contacto diario, con lo cual la información está presente todo el tiempo y al alcance de todxs.

#### **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**

.Todos nuestros chocolates están certificados por Agricultura ecológica y Comercio Justo, tenemos muy claro en nuestro trabajo lo que esto significa y porqué lo hacemos así.

#### **Plan de Responsabilidad Social**

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

### 9.1. Información adicional

Estamos en el grupo de economía del bien común, elaboramos el balance del bien común y tenemos la segunda semilla del bien común, lo que quiere decir que nuestro plan de responsabilidad social se audita y valida por otras empresas miembros de la Economía del Bien Común.

También estamos dentro del Mercado social de Aragón y elaboramos el balance social. Elaboramos anualmente una Memoria de Responsabilidad Social.

## 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

Al elaborar el balance del bien común nos planteamos mejoras y objetivos anuales.

## 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

Encuesta anónima que se envía con cada factura del pedido enviado para que valoren nuestro producto, nuestro servicio, nuestra atención,...

Para nosotras es imposible visitar a cada cliente y conocerlx en persona, por lo tanto, hacemos mucho hincapié en el seguimiento telefónico y vía mail, y solicitamos información a lxs distribuidorxs.

Participación en ferias.

## 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

A través de encuestas anónimas continúas, que se revisan mensualmente y se estudian posibles mejoras basándonos en esta información.

## 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 investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

### **13.1. Información adicional**

Participación en ferias para conocer las novedades de nuestro sector.

Formación continua para mejorar e innovar continuamente.

Premio a la Innovación de mujeres 2015, otorgado por la ministra de Medio Ambiente, noviembre 2015.

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

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

### **14.1. Información adicional**

Elaboramos chocolates ecológicos, artesanos y de comercio justo. Trabajamos con materias primas con una historia detrás que después explicamos al cliente. Mantenemos contacto directo con las pequeñas cooperativas de países del sur para conocer su trabajo y su día a día, y también para poder seleccionar cacaos finos de aroma especiales y diferentes, que después transformamos en chocolate.

#### **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**

Junto a cada pedido enviamos una guía sobre cata, degustación y conservación de chocolates.

Después de cada pedido enviamos una encuesta de valoración, tanto para clientes finales como para distribuidorxs o tiendas.

Enviamos un boletín mensual con información y novedades.

Estamos en contacto vía telefónica, vía mail y a través de lxs distribuidorxs de forma presencial.

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

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

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

### **16.1. Información adicional**

Disponemos de una web específica para clientx final y otra web para distribuidorxs y tiendas, donde tienen toda la información de nuestros productos:

- Fichas técnicas
- Fotografías de libre uso
- Boletines, encuestas
- Acceso a certificados
- Fichas de cata de los productos
- Información nutricional de los productos, tablas de alérgenos,...
- Información sobre cata, degustación y conservación de chocolates.
- Informe Balance Social
- Encuestas de valoración de nuestros chocolates

Se envía un boletín mensual con novedades y noticias.

Posibilidad de visitas en el obrador y ver la fabricación del chocolate.

## 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

.Somos una pequeña empresa y las personas estamos en contacto diario las unas con las otras.

Hay diálogo y comunicación continuos.

Se realiza una encuesta a nuestrxs empleadxs para saber sus opiniones sobre horarios, posibles mejoras, etc

### Igualdad de oportunidades y no discriminación

#### 18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

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

##### 18.1. Información adicional.

Sólo somos mujeres trabajando.

Es una forma de fijar población en el medio rural, y dar oportunidades a las mujeres mayores de 40años, ya que hay un serio problema de paro femenino en el medio rural de Teruel.

Además esta profesión está muy masculinizada y es una forma de visibilizar el trabajo de la mujeres.

El Instituto de la Mujer nos reconoció como "entidad para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres".

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

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

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

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

Posibilidad de optar por media jornada o contratos con menos horas.

#### **Formación y desarrollo profesional**

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

##### **20.1. Información adicional.**

La formación en producción la damos en el obrador a cada persona que empieza a trabajar, ya que todas las personas que entran a trabajar vienen sin conocimientos, sin formación en chocolate y la adquieren en la empresa dentro de su horario laboral.

##### **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.**

La formación de cada persona es muy importante en nuestra empresa. Normalmente, sobre todo en el departamento de producción, las personas que entran a trabajar no tienen conocimientos de chocolatería, así que los adquieren en la propia empresa mediante cursos formativos que se realizan en horario laboral. Los cursos se realizan en plataformas online que nos ofrecen contenidos de chocolatería de alto nivel. Una vez finalizados los cursos las personas trabajadoras reciben un certificado de estudios.

Con el resto de departamentos sucede lo mismo: se realizan cursos durante todo el año para mejorar la formación y conocimientos de cada una.

#### **Seguridad y Salud**

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

### **22.1. Información adicional.**

Por la naturaleza de nuestro trabajo, no hay riesgos de seguridad especiales. Estamos al día siguiendo el Plan de Prevención de Riesgos y el manual elaborado específicamente para nuestro sector.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

### **23.1. Información adicional.**

Todas las materias primas que compramos tienen que estar obligatoriamente certificadas por Agricultura ecológica y Fairtrade (comercio Justo). Además de estar certificadas libres de gluten y de OMG.

Además de eso, nos basamos en criterios de proximidad para comprar toda la materia prima que podemos.

En cuanto al packaging todo el cartón de nuestros envases y etiquetado tiene que tener el sello FSC.

## **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 valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

### **24.1. Información adicional.**

Todos nuestros proveedores de materia prima tienen que poseer un certificado de Agricultura Ecológica .

Adicionalmente, cuando se trata de productos no locales, deben estar certificados por Fairtrade-Comercio Justo.

Estos sellos son la única garantía de que nuestros proveedores trabajan con los mismos principios que nosotras, teniendo en cuenta a las personas y al medio ambiente.

## **SOCIAL**

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

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

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

**25.1. Información adicional.**

Colaboraciones puntuales con pequeños agricultorxs y cooperativas de países del Sur para formación en mejoras de procesos productivos del cacao.

Colaboración con ASADICC, Asociación de personas con discapacidad de Caspe y el proyecto Incorpora de La obra social La Caixa, para fomentar la contratación laboral de colectivos en riesgos de exclusión.

Colaboración con ATADI (Asociación Turolense Ayuda a discapacitados) entregamos nuestras cajas de Piedrecicas del Calvario y ellos en sus talleres ocupacionales las montan.

Colaboración con el colectivo de madres solteras para formarlas gratuitamente en chocolatería artesana.

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

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

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

**26.1. Información adicional.**

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

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

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

**27.1. Información adicional**

**Comunicación y fomento de buenas prácticas**

**28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los

impactos en medios de comunicación y redes sociales

## 28.1. Información adicional

### 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.

Estamos en el Registro de Huella de carbono del Ministerio de medio ambiente.

Calculamos nuestra huella de carbono teniendo en cuenta: tipo de energía consumida (renovable en nuestro caso) / tipo de transporte utilizado / etc

Pertenecemos a Ecoembes, organización medioambiental sin ánimo de lucro que promueve la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente a través del reciclaje.

Todos nuestros envases están fabricados con papel procedente de bosques gestionados de forma sostenible (FSC).

Los envases que utilizamos de bioplástico PLA, son totalmente degradables y compostables.

Contamos con tubos solares que permiten la utilización de la luz solar en todos los espacios de trabajo. Cuando no es posible la utilización de luz solar, contamos con leds y dispositivos de bajo consumo.

Además, toda la energía eléctrica que consumimos procede de fuentes renovables.

Utilizamos energías limpias y movilidad sostenible por eso nos desplazamos en VEHÍCULO 100% eléctrico puro que, además, cargamos con electricidad proveniente de fuentes renovables, y nos parece la mejor opción para hacer nuestros repartos en coche de una manera más ecológica y respetuosa.

Como en el medio rural de Teruel todavía no disponemos de muchos cargadores eléctricos, ponemos nuestro cargador a disposición de los conductores/as de este tipo de vehículo que se acerquen por nuestra zona y necesiten cargarlo. Nuestro punto de carga se puede encontrar en el mapa de la aplicación Electromaps.

En nuestra continua apuesta por aplicar criterios de sostenibilidad a todas las áreas de nuestra empresa, ponemos un especial cuidado en la gestión de residuos que generamos, no sólo reciclando si no también reutilizando.

En nuestras instalaciones contamos con contenedores de reciclaje específicos para todos los residuos que generamos y eso nos permite reciclar el 100% de ellos.

Pero antes de reciclar los envases donde nos llega la materia prima, los reutilizamos transformándolas en material de relleno para enviar nuestro chocolate.

Reciclamos o reutilizamos el 100% de todos nuestros residuos de papel y cartón.

## **Compromiso frente al cambio climático**

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

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

#### **30.1. Información adicional.**

.Fuimos en su día una de las 10 primeras empresas españolas en inscribirse voluntariamente en el "Registro de Huella de Carbono" que puso en marcha la Oficina del Cambio Climático dependiente del Ministerio de Medio Ambiente.

Desde entonces, controlamos nuestra huella de carbono (principal factor del cambio climático), la reducimos y la compensamos anualmente.

Hemos empezado a colaborar con Plant for The Planet" una Ong que se dedica a la reforestación de bosques quemados y a la que pagamos por plantar árboles.

Así cuando una persona compra un lote de chocolates, le regalamos el derecho a la plantación de un árbol.

## **Economía circular**

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

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

#### **31.1. Información adicional**

Toda la energía que utilizamos en nuestro obrador procede de fuentes renovables.

El transporte que utilizamos para los repartos locales y provinciales es un coche 100% eléctrico que, igualmente, cargamos con energía renovable.

Reciclamos todos nuestros residuos.

Todo el cartón que recibimos de pedidos de proveedores se reutiliza antes de reciclar...

tenemos maquinaria que convierte ese cartón en material de embalaje y lo utilizamos en el envío de los pedidos.

## 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 comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

#### 32.1. Información adicional

Estamos certificadxs por Agricultura ecológica además de trabajar con criterios medioambientalmente sostenibles.

La comunicación se realiza de forma continua con todos nuestros grupos de interés.

## VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

### Priorización de temas

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

- 1 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 3 - Capacitar a las personas de la empresa
- 4 - Disponer de presupuesto
- 5 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 6 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 7 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 8 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 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?

9

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

En general toda nuestra filosofía, nuestros principios están enfocados a trabajar de forma sostenible medioambiental y socialmente.

## #1 | Emocionar

Una mezcla de creatividad y pasión: así entendemos nuestro trabajo. Queremos disfrutar creando y ofrecer unos chocolates que emocionen. Queremos hacer del chocolate una joya que aporte placer a los sentidos y al corazón de las personas.

## #2 | Innovar

Queremos aportar innovación al mundo de la chocolatería. Ofrecer un chocolate sorprendente, diferente y con valores. Y, a través de nuevos ingredientes, sabores y texturas, hacer de cada bocado una aventura de descubrimiento.

## #3 | Ofrecer chocolates de la máxima calidad

Queremos aportar al mercado un chocolate selecto y de alta calidad. Queremos que los consumidores puedan disfrutar de las mejores materias primas y de excelentes cacaos de origen, con los sellos y certificaciones oficiales que garantizan que este producto cumple con lo que promete.

## #4 | Ofrecer chocolates saludables

Queremos que las personas disfruten del chocolate sin preocupaciones. Que vean que existe un chocolate saludable que pueden disfrutar sin culpabilidad, incluso si tienen intolerancias o alergias, o han elegido llevar una dieta vegana. ¿Un chocolate delicioso, nutritivo y saludable? ¡Es posible!

## #5 | Contribuir a un mundo más justo

Queremos aportar nuestro ?granito de chocolate? por el mundo en el que creemos Un mundo justo, donde se respeten los derechos de todas las personas. Un mundo igualitario e inclusivo, donde todas las personas sin distinción tengan acceso a una vida y a un empleo de calidad. Y, por supuesto, un mundo libre de explotación infantil.

## #6 | Contribuir al cuidado del medio ambiente

Nos importa la tierra y el modo en que nos relacionamos con ella con cada uno de nuestros actos. Queremos que los nuestros sean sostenibles, y que nuestras acciones sumen para un mundo más verde, limpio y habitable.

## #7 | Divulgar la cultura del cacao y fomentar un consumo consciente

Queremos dar a conocer la cultura del cacao en España. Creemos que, conociendo su historia, sus propiedades, su cultivo y cosecha y su proceso de elaboración, podemos apreciar más el chocolate que consumimos y tomar decisiones de compra más conscientes.

## #8 | Contribuir al desarrollo rural

Vivimos en un pueblo y nos gusta la vida en los pueblos. Queremos contribuir al desarrollo socioeconómico del medio rural y reivindicar el acceso a todos los recursos, para que las personas puedan elegir vivir en los pueblos y tener la calidad de vida que merecen.

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

Todo es susceptible de mejora.

Somos una empresa pequeña y eso nos limita en cierto modo la mejora porque contamos con menos recursos..

**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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.