

Memoria de Sostenibilidad 2021



“Las personas olvidarán lo que dijiste, olvidarán lo que hiciste, pero nunca olvidarán como las hiciste sentir”.
Maya Angelou



1. Índice



- 1 ÍNDICE. PÁG.- 2
- 2 PRINCIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFOME . PÁG.- 6
- 3 ENFOQUE DE GESTIÓN DEL INFORME . PÁG.- 9
- 4 DECLARACIÓN DE LA DIRECCIÓN. ÉTICA E INTEGRIDAD PÁG.- 12
- 5 PERFIL DE LA ORGANIZACION. PÁG.- 17
- 6 PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS. PÁG.- 29
- 7 PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE LOS INFORMES. PÁG.- 35
- 8 PLAN DE SOSTENIBILIDAD 2022. PÁG.- 40
- 9 DIMENSIÓN ECONÓMICA. PÁG.- 57
- 10 DIMENSIÓN AMBIENTAL. PÁG.- 61
- 11 DIMENSIÓN SOCIAL. PÁG.- 71

Valencia (España). Enero de 2022

Índice de contenidos GRI (102-55)

GRI	Descripción	Página	Observaciones	GRI	Descripción	Página	Observaciones
GRI 100 ESTANDARES UNIVERSALES				8 Participación de grupos de interés			
1 Índice de contenidos GRI				102-40	Lista de grupos de interés	30	
GRI 102	CONTENIDOS GENERALES	4		102-41	Acuerdos de negociación colectiva	33	
2 Principios para la elaboración del informe				102-42	Identificación y selección de grupos de interés	30	
GRI 101	FUNDAMENTOS	6		102-43	Enfoques para la participación de los grupos de interés	35	
3 Enfoque de gestión				102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	30	
GRI 103	ENFOQUE DE GESTIÓN	9		9 Prácticas para la elaboración de informes			
4 Declaración de la dirección. Ética e integridad				102-45	Entidades incluidas en los estados financieros	36	
102-14	Declaración de la dirección	13		102-46	Definición del contenido del informe y temas límite	36	
102-16	Valores, principios, estándares y normas	15		102-47	Lista de temas materiales	38	
5 Perfil de la organización				102-48	Re expresión de la información	39	
102-1	Nombre de la organización	18		102-49	Cambios en la elaboración de informes	39	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	18		102-50	Periodo objeto del informe	39	
102-3	Ubicación de la sede social	19		102-51	Fecha del último informe	39	
102-4	Ubicación de las operaciones	19		102-52	Ciclo de elaboración de informes	39	
102-5	Propiedad y forma jurídica	18		102-53	Punto de contacto para preguntas	39	
102-6	Mercados servidos	18		102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad	39	
102-7	Tamaño de la organización	20		102-56	Verificación externa	39	
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	23					
102-9	Cadena de suministro	24					
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	26					
102-11	Principio o enfoque de precaución	28					
102-13	Afiliación a asociaciones	27					
102-18	Estructura de gobernanza	21					

Índice de contenidos GRI (102-55)

GRI	Descripción	Página	Observaciones
GRI 200 DIMENSIÓN ECONÓMICA			
201	Desempeño económico	58	
202	Presencia en el mercado	59	
203	Impactos económicos indirectos	59	
204	Prácticas de adquisición	60	
205	Anticorrupción	60	
206	Competencia desleal	60	
GRI 300 DIMENSIÓN AMBIENTAL			
301	Materiales	62	
302	Energía	63	
303	Agua	66	
304	Biodiversidad	67	
305	Emisiones	64	
306	Efluentes y residuos	69	
307	Cumplimiento ambiental	70	
308	Evaluación ambiental proveedores	70	
GRI 400 DIMENSIÓN SOCIAL			
401	Empleo	72	
402	Relaciones trabajador-empresa	72	
403	Salud y seguridad en el trabajo	73	
404	Formación y enseñanza	74	
405	Diversidad e igualdad oportunidades	75	
406	No discriminación	75	
413	Comunidades locales	76	
414	Evaluación social de proveedores	76	

2. Principios para la elaboración del informe



Principios para la elaboración del informe (GRI 101)

CASA MONTAÑA ha publicado en el año 2012 su primera Memoria de Sostenibilidad, referente al informe de progreso según el formato y metodología del Pacto Mundial, al cual se encuentra adherido. Dando un paso más, se publica la presente Memoria de Sostenibilidad de CASA MONTAÑA según la metodología basada en los Estándares GRI, haciendo referencia al período de 2021. La Memoria de Sostenibilidad trata de informar de forma fiel sobre la gestión que realiza CASA MONTAÑA en materia de Responsabilidad Social según los indicadores del periodo 2021. CASA MONTAÑA ha tenido en cuenta los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) focalizando sus acciones sobre parte de los mismos, tras un proceso de evaluación y priorización de los ODS, tal y como se indica en la presente Memoria de Sostenibilidad.

Inclusión de los grupos de Interés

CASA MONTAÑA considera como partes interesadas o grupos de interés a aquellos que han interactuado con la misma en el desarrollo de su actividad, habiéndolos identificado y analizado su expectativas. Desde CASA MONTAÑA se ha tratado de dar respuesta o satisfacer sus expectativas de un modo razonable.

Contexto de sostenibilidad

CASA MONTAÑA trabaja para dar el mejor servicio a sus clientes, teniendo en cuenta en todo momento el entorno en el que los desarrolla, y la importancia de su conservación y mejora para poder disfrutar del mismo. Por ello define directrices de comportamiento ambiental y social aplicables en las actividades realizadas. Se ha realizado un análisis del entorno mediante la metodología DAFO que ha permitido identificar las áreas de mejora en materia tanto de calidad como de sostenibilidad.

Materialidad

CASA MONTAÑA ha determinado la materialidad de sus actuaciones teniendo en cuenta las expectativas de los grupos interés, los impactos positivos y negativos de las actividades que realiza y del entorno en el que se encuentra. La intención de trabajar de forma alineada con los ODS ha determinado también la materialidad y, por tanto, las acciones desarrolladas.

Exhaustividad

Se ha tratado de incluir en la memoria la evolución de la empresa mediante el análisis de datos e indicadores de al menos dos años, siempre que se cuente con ellos, y se ha iniciado el proceso de identificación, análisis y registro de aquellos indicadores que son de nueva creación, tanto en aspectos ambientales como sociales o económicos, de forma que permitan evidenciar la evolución del grupo en los temas materiales. Debido a que el año 2020 fue un año atípico por la pandemia de Covid19 y todas las restricciones para la actividad que supuso, los datos de dicho año no son siempre representativos.

Principios para la elaboración del informe (GRI 101)

Precisión

La información que contiene el presente informe corresponde a registros documentados, tanto en base a los sistemas de control de calidad e higiene alimentaria APPCC, como a datos contables y de evaluación de riesgos laborales, indicándose en caso de ser necesario la base de los cálculos y las estimaciones realizadas, no realizando ninguna declaración cualitativa que no sea coherente con la información suministrada y las evidencias disponibles.

Equilibrio

La presente memoria no omite ningún tipo de información relevante que refleje los impactos económicos, ambientales y sociales significativos, tanto positivos como negativos.

Claridad

La forma en que se presenta la información trata de ser sencilla y comprensible para todos los grupos de interés apoyándose en ocasiones de gráficos o elementos visuales para facilitar la comprensión, evitando en la medida de lo posible los tecnicismos. Se han utilizado los Estándares GRI para determinar la información a incluir en la presente memoria.

Comparabilidad

Este informe es el primero que realiza CASA MONTAÑA confeccionándose de manera que se pueda comparar con las futuras memorias. No obstante se aportan datos de periodos anteriores para comprobar la tendencia en los aspectos tratados.

Fiabilidad

La información proporcionada está basada en registros que pueden corroborarse en la sede de la CASA MONTAÑA. Los registros pertenecen tanto al sistema de gestión de la calidad, auditado por una entidad externa, como a los registros del sistema de prevención de riesgos, al sistema contable del grupo y al sistema de indicadores desarrollado para analizar la sostenibilidad de la empresa..

Puntualidad

CASA MONTAÑA actualizará y publicará la memoria **anualmente**.

3. Enfoque de gestión del informe



Enfoque de gestión (GRI 103)

Políticas y compromisos.

CASA MONTAÑA define una serie de compromisos que determinan la estrategia a corto, medio y largo plazo de la empresa y de la cual emanan una serie de objetivos de mejora continua acordes con los principios de sostenibilidad económica, social y ambiental que sustentan la presente Memoria de Sostenibilidad.

En este sentido, CASA MONTAÑA define objetivos incluidos en el sistema de calidad de la empresa y en el Plan de Sostenibilidad anual, y desarrolla planes de acción para su consecución, a través de la asignación recursos y responsables para asegurar su viabilidad. Estos Objetivos garantizan en gran parte la evolución de la empresa hacia la mejora y la sostenibilidad.

Los compromisos de calidad.

CASA MONTAÑA tiene implantado y certificado un sistema de Gestión de Calidad según la Norma “Q” de Calidad Turística del ICTE. Este compromiso implica trabajar en la concienciación tanto de nuestro personal como de aquellas empresas con las que trabajamos, ya sean proveedores de materias primas o de servicios, buscando de esta forma garantizar el suministro seguro dentro de la cadena de alimentación, buscando la mejora continua y la satisfacción de nuestros clientes independientemente de su tamaño.

CASA MONTAÑA fundada en 1836, es una empresa de carácter familiar, relacionada siempre de forma muy directa con Valencia y el barrio del Canyameler-Cabanyal. Es por ello que todos sus miembros tienen una especial sensibilidad por los temas ambientales y sociales, lo que se refleja en la participación de proyectos en el día a día de su entorno más cercano. La redacción de la presente Memoria implica por un lado plasmar esta sensibilidad en un compromiso escrito y, por otro, visibilizar sus actuaciones.



Enfoque de gestión del informe (GRI 103)

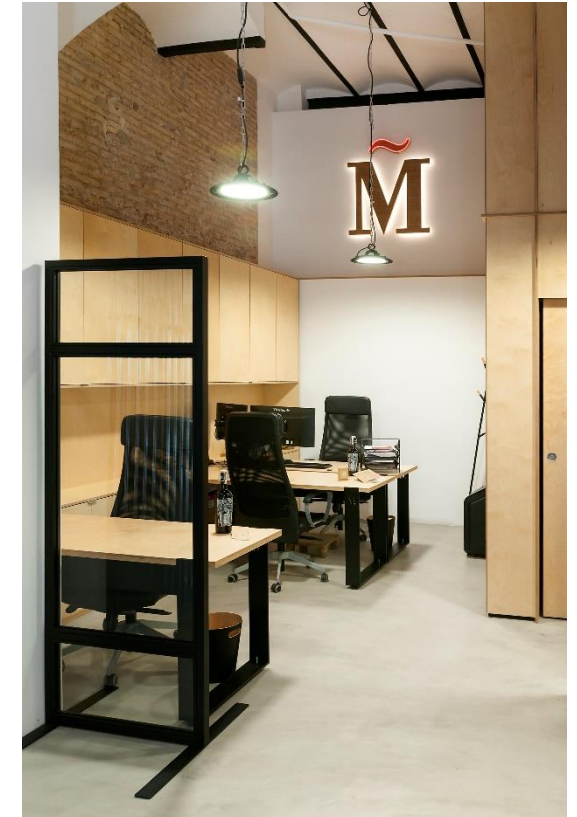
Objetivos, recursos y resultados

CASA MONTAÑA define objetivos anuales, elaborando un Plan de Sostenibilidad, y un Plan de Calidad, incluyendo tanto objetivos económicos como de calidad, ambientales y sociales. Para el cumplimiento de estos objetivos se establecen un programa de inversiones y otros recursos incluyendo plazos de ejecución, que son seguidos de forma continua por sus responsables.

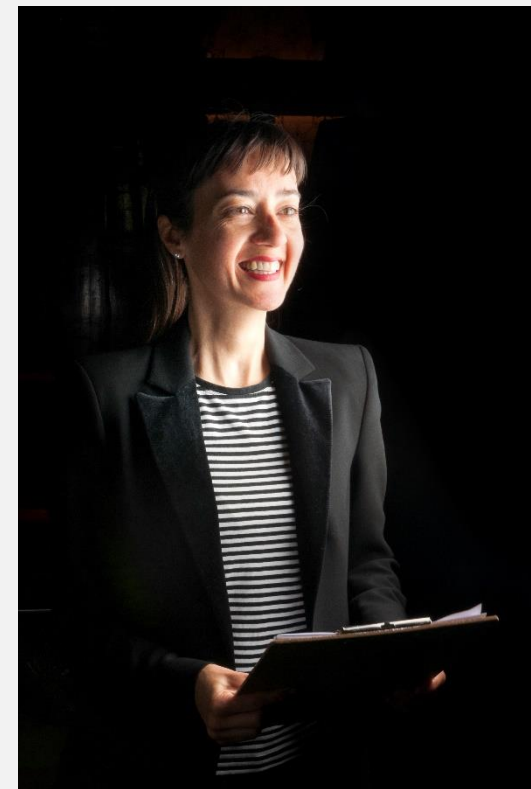
Los resultados de los mismos están documentados y se analizan en el documento resultante de la Revisión por la Dirección.

Cambios en el informe

El presente informe correspondiente a 2021, es el primer informe que realiza CASA MONTAÑA según los estándares GRI, no registrándose por tanto cambios en el informe, estando previsto realizar revisiones cada dos años de la misma.



4. Declaración de la Dirección. Ética e integridad.



Declaración de la dirección (GRI-102-14)

Nuestra historia.

Casa Montaña es la casa del buen vino y del buen producto. Un hogar para nuestros clientes y nuestros amigos. Una parte del relato y la historia de Valencia. Aparentemente nada ha cambiado en Casa Montaña desde su fundación en 1836. Sigue siendo un lugar de encuentro, que nos abre la puerta a un universo de sensaciones.

En 1861 se produce el primer relevo generacional en el negocio, y Casa Montaña es heredada por Ramona Montaña Romeu, hija de los fundadores. En 1880 se acometió la reforma de la barraca original, dando lugar al edificio de fachada actual. El matrimonio Omedes – Doménech compró Casa Montaña por 10.000 pesetas en 1907. María Pérez, viuda del bisnieto de los fundadores, se hizo cargo del local hasta 1960. Ese mismo año Casa Montaña era traspasada a Enrique Guerra, que sólo regentó el establecimiento durante dos años. La propiedad de la histórica bodega volvería a cambiar de manos en septiembre de 1962, siendo traspasada al matrimonio formado por René Soriano March y Juana María Reus March. En 1991 un nuevo traspaso dejaría el control del negocio al cargo de Santiago Polo García, pintor de profesión.

Finalmente, en 1994, Casa Montaña fue de nuevo traspasada y recayó en manos de Emiliano García Domene, actual propietario de la misma e impulsor definitivo de la tradición enológica y gastronómica que marca la solera y la personalidad única de esta histórica bodega de la ciudad de Valencia. En el año 2006, Alejandro García Llinares, hijo de Emiliano García e Ingeniero de profesión, se incorpora al negocio, asegurando el relevo gerencial y la renovación necesaria que define a esta casa. En el 2017, María García Llinares, hija menor de Emiliano y hermana de Alejandro, se suma al proyecto, dando cuenta de que modernidad y tradición viven en perfecta conciliación.



Declaración de la dirección

Política de Calidad y Sostenibilidad de Casa Montaña.

La Gerencia asume la responsabilidad de la Gestión de la Calidad y la Sostenibilidad en la Empresa y, al objeto de suministrar productos y servicios que satisfagan plenamente las necesidades de clientes con la máxima eficiencia, expone la siguiente Política de Calidad y Sostenibilidad sobre la que se basa el Sistema de Gestión de la Calidad, y que será revisada periódicamente a través de la Revisión del Sistema por Gerencia:

- Establecer la CALIDAD y la SOSTENIBILIDAD como elementos vertebradores de nuestro proyecto, creando un departamento y puesto específicos para ello.
- Alinear todas las actividades de la empresa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, contribuyendo en la medida de nuestras posibilidades a la consecución de la Agenda 2030, publicando de forma anual nuestra Memoria de Sostenibilidad.
- Considerar la mejora continua un objetivo permanente, que incremente la Calidad percibida por nuestros Clientes implicándoles en la misma, así como a todo el personal de la empresa.
- Favorecer un ambiente participativo entre el personal, integrándose en el objetivo común y mejorando las comunicaciones que faciliten el trabajo en equipo, el reconocimiento individual y las sugerencias de mejora.
- Controlar y reducir los errores de servicio y gestión poniendo énfasis en la prevención para evitar que se repitan.
- Selección minuciosa de los profesionales que se incorporen a la plantilla, y potenciar la formación continua de todo el personal de la empresa, con el objetivo de asegurar la máxima calidad en el servicio al cliente y la sostenibilidad de la empresa.
- Cumplir puntualmente con la normativa legal aplicable y las medidas excepcionales que surgen como consecuencia de la situación de crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19, así como la referida a la Seguridad e Higiene en el Trabajo y buenas prácticas medioambientales.
- Adaptar el modelo de negocio al cambio de contexto actual y reestructurar la actividad mitigando el impacto de las amenazas que afronta el sector.
- Valorar las nuevas oportunidades, como el impacto de la digitalización en la restauración, y a su vez potenciar la fidelización de nuestros clientes
- Mantener la plena integración de Casa Montaña con la idiosincrasia del entorno del Barrio Cabanyal - Canyameral, y conseguir ser un referente de la ciudad de Valencia a nivel internacional, como punto de encuentro en la degustación del vino.
- Buscar un compromiso social, realizando actividades que sirvan de apoyo a organizaciones sin ánimo de lucro que realicen estas labores, implicando en éste a clientes y al personal de la empresa.
- Ayudar a conservar nuestro Patrimonio Gastronómico.
- Establecer como finalidad nuestra vocación de hospitalidad respetando nuestros orígenes.



Compromiso
de Calidad Turística



Valores, principios, estándares y normas de conducta

Valores, principios, estándares y normas de conducta (GRI-102-16)

Asumimos el Código Ético de Turismo Valenciano garantizando "el reconocimiento recíproco y cordial de la dignidad de todas las personas, dentro de la observación y fomento de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, que constituyen el fundamento de nuestra hospitalidad". Resulta indispensable el comportamiento íntegro y profesional de los trabajadores dedicados a la hostelería.

CORDIALIDAD.

Atención afectuosa a todas las personas, respondiendo de los intereses y necesidades de los turistas y compartiendo con ellos nuestra forma de vida.

RESPETO.

Respeto de la dignidad implica impulsando la igualdad de hombres y mujeres, combatir la explotación humana en cualquiera de sus formas y proteger la identidad social, lingüística y cultural. **INCLUSIÓN** turismo responsable y sostenible al que todas las personas tienen acceso, en especial los colectivos más vulnerables o desfavorecidos.

SOSTENIBILIDAD.

Protección, cuidado y mejora de los recursos naturales, artísticos, arqueológicos, etnológicos y culturales, de forma que sea capaz de satisfacer por igual las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades

PROFESIONALIDAD.

Comportamiento íntegro y cercano por parte de todos los profesionales. búsqueda de la excelencia, la innovación y la mejora continua.

CÓDIGO ÉTICO TURISMO VALENCIANO



Declaración de la dirección

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

La Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó en septiembre de 2015 la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que también tiene la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia.

Se plantean 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental.

CASA MONTAÑA es consciente del papel que las empresas desempeñan en el camino para el cumplimiento de los ODS y la Agenda 2030.

Somos también conscientes de que no podemos trabajar sobre los 17 ODS. Es por ello que hemos realizado un proceso de evaluación y selección de los ODS, basado en el análisis de las partes interesadas, al análisis de los riesgos, la evaluación de aspectos ambientales y sociales, a la seguridad y salud de los trabajadores y, en definitiva, al análisis de nuestra actividad, que nos ha permitido priorizar aquellos ODS sobre los que vamos a basar nuestro Plan de Sostenibilidad.

CASA MONTAÑA trabajará sobre 9 ODS, como resultado de la evaluación realizada:



5. Perfil de la organización



Quienes somos

Nombre de la organización (GRI-102-1)

Razón social: MONTAÑA SELECCIÓN S.L.

Denominación comercial: CASA MONTAÑA

Propiedad y forma jurídica (GRI-102-5)

CASA MONTAÑA esta constituida por la Sociedad Limitada constituida conforme a la legislación aplicable.

Actividades, marcas, productos y servicios (GRI-102-2) (GRI-102-6)

CASA MONTAÑA fundada en 1836 es una taberna centenaria situada junto al puerto en la zona del Canyamelar - Cabañal, en la ciudad de Valencia. El restaurante está especializado en la venta de productos de alta calidad servido en forma de tapas, procurando que sean de proximidad y de temporada. Además la cultura vinícola que fomentan es altamente reconocida.

Posee una cocina donde el producto de la tierra y las recetas tradicionales se fusionan con las tendencias actuales y con una elegante presentación.

Se incluye dentro del distinguido club de establecimientos gourmet de la ciudad.

CASA MONTAÑA mantiene también como carácter diferencial una extensa carta de vinos, conservados a temperatura y humedad constante, con más de mil referencias de todo el mundo, dedicándole un peso especial a los vinos valencianos. Una bodega de la mejor calidad, con el compromiso de ampliar y difundir la cultura del vino. Hasta un total de 20.000 botellas constituyen nuestra bodega.

Además de sus recursos humanos, para CASA MONTAÑA la materia prima es esencial: anchoas de Santoña, los michirones (habas cocinadas), nuestras patatas de secano, las croquetas de bacalao con piñones, la clóchina valenciana, las sardinas a la plancha y los boquerones fritos proceden de las barcas de Castellón, y el calamar plancha es de playa. Todas las conservas son de las Rías Gallegas, y se eligen según su calibre. Los ibéricos, la cecina de León y el Jamón 100% bellota redondean nuestra oferta de platos fríos. El solomillo de “vacuno especial” trinchado con ajos tiernos, completa la pluralidad de nuestra carta.



Dónde estamos y dónde llegamos

Ubicación de la sede social (GRI-102-3) y **Ubicación de las operaciones** (GRI-102-4)

MONTAÑA SELECCIÓN S.L.

Restaurante:

C/ José Benlliure, 69 bajo
46011 Valencia
España
Tel. (+34) 963 672 314
info@emilianobodega.com

Oficina:

C/ José Benlliure, 67 bajo
46011 Valencia
España
Tel. (+34) 963 672 314
calidad@emilianobodega.com

Almacén:

C/ Escalante, 86 bajo
46011 Valencia
España



Tamaño de la organización

Tamaño de la organización (GRI-102-7)

FACTURACIÓN ANUAL

La cifra de facturación de CASA MONTAÑA ha aumentado considerable durante 2021 debido a que este año la situación de crisis del sector de la hostelería provocada por la pandemia sanitaria del COVID-19 ha ido mejorando respecto el año anterior si bien aun está lejos de las cifras de negocio de años anteriores a la pandemia.

Destaca el importante crecimiento de la deuda en el año 2021, si bien en 2021 el patrimonio de la empresa sigue en crecimiento.

CAPITALIZACIÓN TOTAL DESGLOSADA EN TÉRMINOS DE DEUDA Y CAPITAL

Destaca el crecimiento de la deuda en el año 2021, si bien en 2021 el patrimonio de la empresa sigue en crecimiento.

CAPITALIZACIÓN EN TERMINOS DE DEUDA Y CAPITAL	2020	2021
Deudas a largo plazo (€)	0	300.000
Patrimonio neto (€)	782.129	921.943 a 30/11/2021

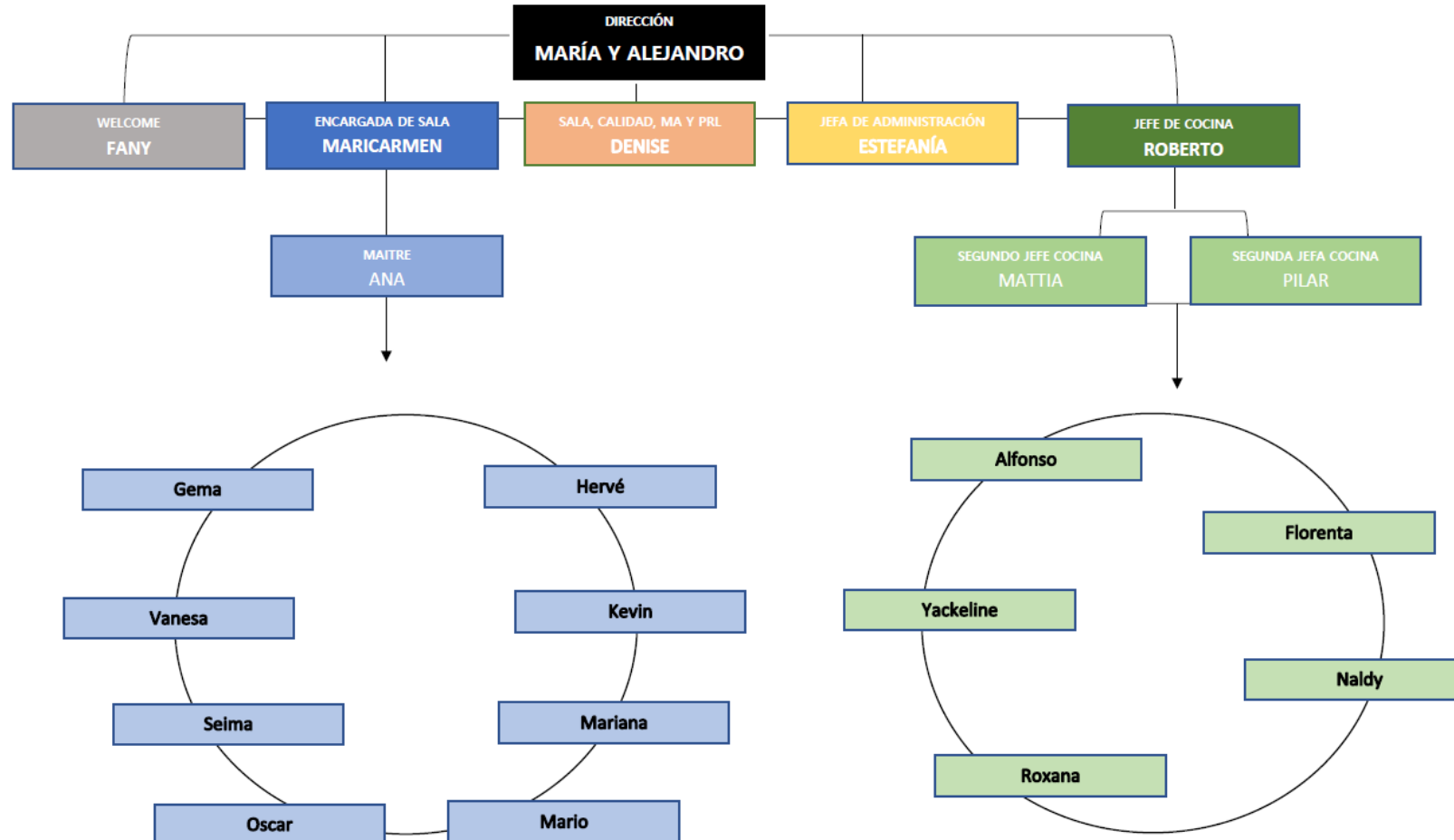
TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN	2020	2021
Facturación anual últimos 2 años	862.037,66	1.170.000
Facturación por cliente	27,57	32,19

Nº Clientes	2020	2021
Nº Tickets	34.458	36.666*
		*hasta 13/12/2021

Organigrama

Estructura de gobernanza (GRI-102-18)

A continuación se presenta el organigrama de CASA MONTAÑA



Comité de Sostenibilidad

Estructura de gobernanza (GRI-102-18)

CASA MONTAÑA ha creado un Comité de Sostenibilidad. El Comité de Sostenibilidad de CASA MONTAÑA está constituido por:

- Alejandro García Llinares. Dirección.
- María García Llinares. Dirección.
- Denise Kupervaser. Calidad. Cojefa de Sala.
- Mattia Gigante. Segundo Jefe de Cocina,
- Estefanía Lozano Ammat. Administración.

Las funciones del Comité de Sostenibilidad son las siguientes:

1. Realizar en análisis DAFO del entorno.
2. Identificar y analizar las necesidades y expectativas de los grupos de interés.
3. Evaluar los temas materiales y priorizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible sobre los que se trabajará.
4. Complimentar y realizar el seguimiento del Plan de Sostenibilidad.
5. Analizar el desempeño social y ambiental de la empresa para su inclusión en la Memoria de Sostenibilidad.
6. Comunicar a los grupos de interés el Plan de Sostenibilidad y la evolución de la empresa.
7. Determinación de la formación en temas de sostenibilidad para el personal.



El Comité de Sostenibilidad se reunirá mínimo dos veces al año:

- A principios de año para seguimiento y cierre resultados de año anterior y planificación del siguiente periodo (Plan de Sostenibilidad, priorización de ODS, mejoras, redacción de la Memoria de Sostenibilidad, etc.);
- A mitad de año para el seguimiento del Plan de Sostenibilidad.

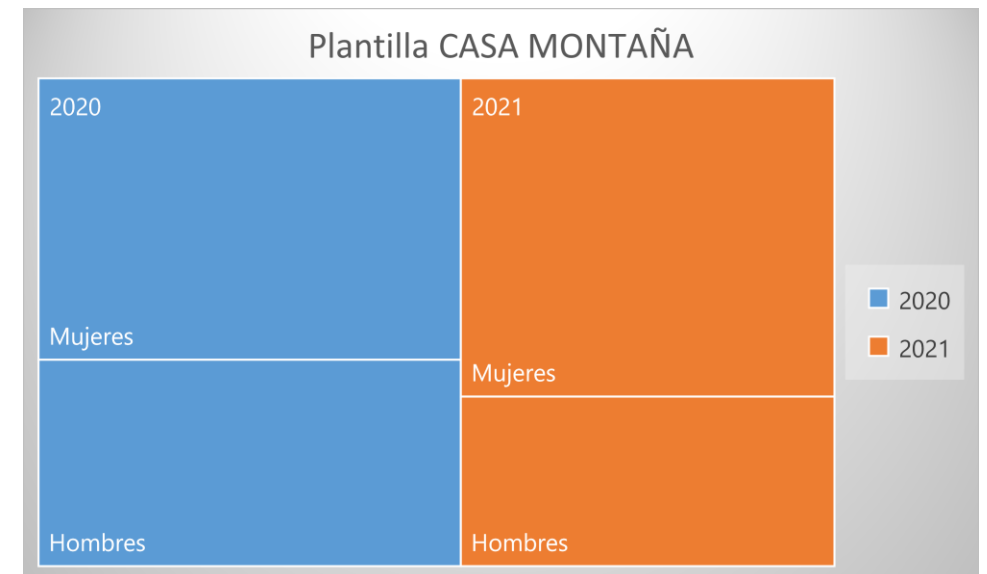
Nuestros trabajadores

Información sobre empleados y otros trabajadores (GRI-102-8)

DESGLOSE DE LA PLANTILLA POR TIPO DE EMPLEO, CONTRATO Y SEXO.

En la plantilla de CASA MONTAÑA se observa que hay una mayor presencia de mujeres que de hombres.

	Año 2020		Año 2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Plantilla (nº de trabajadores en la empresa)	11	15	8	15
Empleados con contrato indefinido (nº)	10	15	7	13
Empleados con contrato temporal (nº)	1	0	1	2
Empleados cubiertos por convenio colectivo	100%	100%	100%	100%
Plantilla con alguna discapacidad	0	0	0	0



Cadena de suministro (GRI-102-9)

Los principales proveedores de CASA MONTAÑA son proveedores del sector alimentario. Todas las compras que se realizan en la empresa deben realizarse siempre a nuestros proveedores "autorizados". Esto quiere decir que únicamente se adquieren productos que provengan de aquellos proveedores que han sido evaluados a través de nuestra herramienta de evaluación interna, para la cual hemos establecido dos tipos de criterios: básicos- esenciales y de control. Estos criterios se orientan al cumplimiento de los requisitos legales y aplicables, propios de la empresa y aspectos de responsabilidad social. En absolutamente todos los casos se priorizan aquellos productos certificados como ecológicos, biodegradables, con la menor cantidad de envases posible, que no sean ecotóxicos o contaminantes.

Proveedores	Año 2020	Año 2021
Pago materias primas (€)	357.056	440.000
Nº Proveedores	113	121

Proyecto “Vuelta a las raíces”.

CASA MONTAÑA colabora con el Servicio de Producción Ecológica de la GVA y la Fundación Global Nature, apostando por el Plan de Diversidad Agraria de la CV, cuyo objetivo es preservar los recursos fitogenéticos de la CV, conservando nuestro patrimonio agrícola. Uno de nuestros objetivos es introducir estas variedades “olvidadas” en nuestra carta, generando así un nicho de mercado para estas “especies en peligro de extinción” y generar de esta forma una demanda que asegure su cultivo y recuperación.



Proveedores de km 0.

CASA MONTAÑA selecciona proveedores de km 0, Consumimos muchos productos de proximidad para contribuir a cuidar el medio ambiente (menos consumo de combustible en el transporte) y potenciar una economía circular y más solidaria. Se tiene en cuenta el desarrollo sostenible, el cuidado del medio ambiente, el comercio justo y el compromiso ético con los productores y artesanos de nuestro entorno, promoviendo el consumo en su zona de influencia, combinándolo con la selección de los productos de mayor calidad. Destacan entre nuestros proveedores de proximidad AVES Y HUEVOS TORRES, CENTRAL TEJERO PESCADO, CRIS ADAMS MENAJE HOSTELERÍA, FAUS FRUTA Y VERDURAS, FRUITS SECS, LA BOTIGA DE L'OU, LA TAHONA DEL ABUELO PANADERÍA, LES HERBETES...

Cadena de suministro

Productos ecológicos.

CASA MONTAÑA Apoya a los agricultores que respetan los ciclos de la naturaleza, sin pesticidas químicos ni fertilizantes sintéticos o transgénicos y rotando los cultivos para aprovechar los nutrientes propios de la tierra. Algunos ejemplos son: GARROFÓ PINTAT (VUELTA A LAS RAÍCES), VERDURAS ECOLÓGICAS, HUEVOS ECOLÓGICOS DE TITAGUAS, VINOS ECOLÓGICOS, GINEBRA ECOLÓGICA...



Productos certificados o “especiales”.

CASA MONTAÑA selecciona los productos siempre que sea posible en base a su carácter ecológico, tradicional o natural. En el caso de que cuenten con algún certificado ecológico, este es un criterio prioritario para su selección.

PAN SIN GLUTEN: incorporando la posibilidad de degustar este producto a empresas con intolerancia al gluten.

USO DE PRODUCTOS DE TEMPORADA: Apoyo al cultivo responsable y sostenible de los vegetales, así como, a la cría y pesca/caza responsable y sostenible de los animales.

ATÚN DISAMOX: Balfegó posee el sello AENOR que certifica la sostenibilidad medioambiental, la trazabilidad, la autenticidad y las buenas prácticas de manipulación relativas a anisakis en toda la actividad que desarrolla nuestro proveedor tanto en el mar como en tierra.

MANTELES CELULOSA CERTIFICADO FSC: fomenta el consumo responsable y la gestión de bosques sostenibles

SERVILLETAS CELULOSA CERTIFICADO FSC + OK COMPOST

MANTELES CELULOSA CERTIFICADO FSC: fomenta el consumo responsable y la gestión de bosques sostenibles

SECAMANOS AUTOCORTE PAPEL ECOLABEL: Etiqueta Ecológica Europea para productos ecológicos y respetuosos con el medio ambiente.

ENVASES PARA LLEVAR ECOLOGICOS: Son envases reciclables y evitamos el desperdicio de comida si sobra algo.

MATERIAL OFICINA ECO-FRIENDLY: impresora Brother con certificación “Blue Angel”, Papel reciclado, Post it FSC Mixto, Edding eco-friendly, bolígrafos BIC 74% reciclados, lápices PEFC...

USO DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLABEL



Cambios significativos

Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro (GRI-102-10)

AMPLIACION Y MEJORA DE INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS

CASA MONTAÑA tiene previsto realizar las siguientes mejoras:

- Cambio mueble del comedor.
- Cambio de la iluminación.
- Cambio mesas de la taberna.
- Instalar sistema de fuelle sala de catas.
- Instalar rampas para desniveles (entrada principal, trasera, etc.).
- Restauración de fachada exterior y pintura.



Afiliaciones a asociaciones

Afiliación a asociaciones (GRI-102-13)

CASA MONTAÑA está presente en diversas asociaciones empresariales nacionales y colabora en la medida de lo posible para su correcto desarrollo y para que cada una de ellas alcance sus objetivos y metas.



United Nations
Global Compact



Gestión de riesgos y aspectos ambientales

Principio o enfoque de precaución (GRI-102-11)

CASA MONTAÑA ha identificado los riesgos de sus actividades, realizando además un completo análisis del entorno. Los riesgos han sido evaluados agrupándose en los distintos temas materiales según los estándares GRI, utilizando criterios tales como la probabilidad, la gravedad y la capacidad de control existentes. Todos los riesgos ambientales, con independencia de la evaluación realizada, son controlados mediante acciones ambientales reflejadas en la documentación del sistema de calidad.

IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS AMBIENTALES E IMPACTO AMBIENTAL

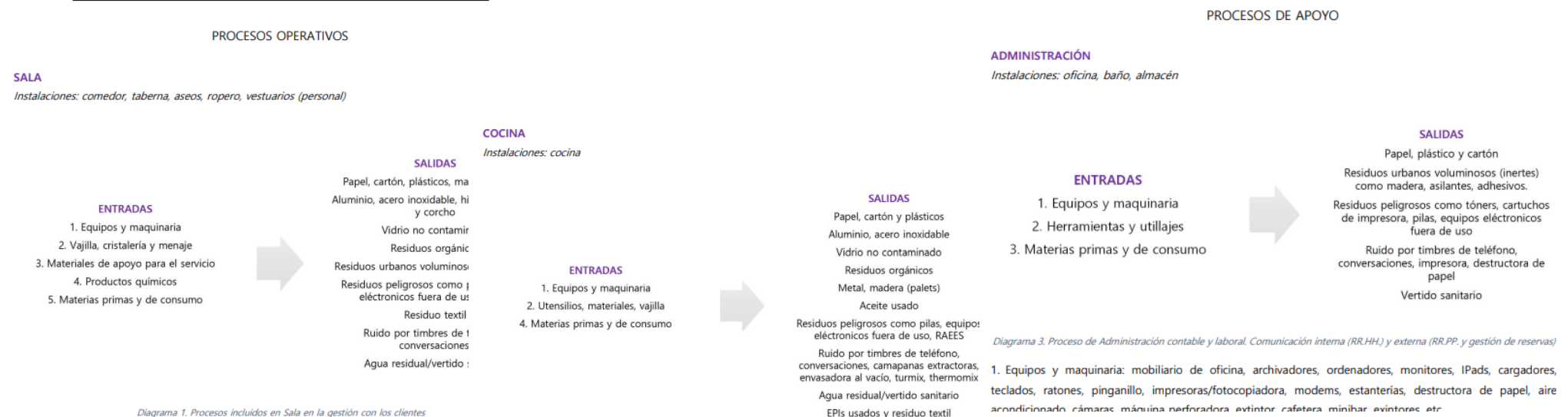


Diagrama 1. Procesos incluidos en Sala en la gestión con los clientes

Diagrama 2. Procesos incluidos en Cocina en la producción

- Equipos y maquinaria:
 - Dispositivos electrónicos o máquinas como el ordenador, los iPads, iPods (y su estación de billetes falsos, pide taxi, teléfonos inalámbricos, móviles, vídeo-proyector, altavoces, mi y dispositivos en la caja rack, aire acondicionado, radiador, ventiladores, cafetera, zurr

- Equipos y maquinaria: dispositivos electrónicos (IPads), teléfonos inalámbricos, impresora, móviles, básculas, extintores, plancha, cámaras (pisable, de mesa y congeladores), fuegos, freidora, campana extractora, termo agua, calienta platos, baño maría, salamandra, horno, dispensadores de papel y jabón (máquina lavavajillas, hidrolcohólico, lejía alimentaria), envasadora al vacío, lavavajillas, cortadora fiambres, soplete, termómetros, descalcificador, turmix, thermomix, plafones de luz, tubos led, trituradora orgánico, pelapatatas
- Utensilios de cocina, materiales, vajilla, afiladores, etc.




6. Participación de los grupos de interés






Participación de los grupos de interés

Nuestros grupos de interés (GRI-102-40) (GRI-102-42) (GRI-102-43) (GRI-102-44)



La organización entiende que forman parte de sus grupos de interés aquellas personas o colectivos que puedan influir o a los que afectan las decisiones estratégicas de la empresa. Se ha realizado un completo análisis de las necesidades y expectativas de los grupos de interés, relacionándose con los ODS.

PARTE	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	ODS RELACIONADOS
Propiedad/ dirección	<ul style="list-style-type: none"> -Conseguir objetivos de calidad, sostenibilidad y rentabilidad. -Identificación de la empresa como empresa responsable, ética y sostenible. -Posicionamiento de la marca. -Referente en la cultura y patrimonio gastronómico y vinícola. 	<ul style="list-style-type: none"> -Crecimiento constante y mantenido. -Empresa sostenible y concienciada con la responsabilidad social. -Trabajadores motivados, formados y profesionales, con orgullo de pertenencia a nuestra empresa. -Conciliación familiar, es importante porque ayuda al funcionamiento y porque además somos una empresa familiar y tiene esos valores inculcados. -Proveedores de calidad y que compartan nuestra filosofía empresarial. -Digitalización de toda la información para el análisis de datos para el desarrollo de nuevas estrategias. -Poner en valor el barrio al que pertenecemos. 	
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> -Estabilidad laboral. -Formación continua. -Disponer de los recursos necesarios y actualizados para desarrollar sus funciones. -Trato a los trabajadores sin ningún tipo de discriminación. 	<ul style="list-style-type: none"> -Flexibilidad horaria. -Conciliación familiar. Igualdad. -Buen ambiente laboral, confianza. -Reconocimiento y promoción interna. -Trabajo seguro y sostenible, con contratación indefinida. -Medios suficientes para la correcta gestión de los residuos. 	
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> -Cumplimiento requisitos de solicitudes de pedido/servicio. -Horarios establecidos para las entregas. -Lugar de aparcamiento para poder descargar los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Continuar/incrementar la relación comercial. -Compra local, productos de km 0. -Compra productos de temporada. -Compra de productos con certificados energéticos, de cultivo ecológico, sostenibilidad, etc. -Cumplir con las medidas y horarios establecidos para la buena recepción y gestión de las mercancías. 	





Participación de los grupos de interés

PARTE	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	ODS RELACIONADOS
Asociaciones empresariales y colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> -Cumplimiento de los compromisos acordados. -Asesoramiento para la actualización de los requisitos de estas asociaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> -Colaboración en fomento de temas sociales y ambientales. -Promover las prácticas empresariales éticas y que cumplan con estándares mínimos de calidad. -Fomento de productos autóctonos y de cercanía. -Productos del mar y la huerta sostenibles. 	
Clientes locales	<ul style="list-style-type: none"> -Oferta de calidad. -Inclusividad de personas con restricciones dietéticas, de movilidad u otros (cartas audibles). -Seguridad alimentaria. -Seguridad Covid19. -Trato profesional. Cercanía y hospitalidad. -Local cuidado, limpio. -Agilidad en las gestiones administrativas (menús de grupo, reservas, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> -Variación en la carta. -Productos de cercanía. -Precios competitivos (adecuada relación calidad/precio). -Información sobre la procedencia del producto. Valenciano. -Atención en valenciano. -Conocer el proyecto "Casa Montaña", no solo el restaurante. -Inversión y mejora continuada de las instalaciones. 	
Clientes no locales (turismo)	<ul style="list-style-type: none"> -Oferta de calidad. -Seguridad alimentaria. -Seguridad Covid19. -Asistencia en varios idiomas. -Trato profesional. Cercanía y hospitalidad. -Local cuidado, limpio. -Inclusividad de personas con restricciones dietéticas, de movilidad u otros (cartas audibles). 	<ul style="list-style-type: none"> -Carta con ofertas de la zona, para conocer la gastronomía valenciana y española. -Productos de origen ecológico/sostenible. -Información sobre la procedencia del producto. -Compra de nuestros productos para llevarse a su país, como souvenir o para dar a conocer productos a los que no tienen acceso. -Conocer el proyecto "Casa Montaña", no solo el restaurante. -Inversión y mejora continuada de las instalaciones. 	

Participación de los grupos de interés

PARTE	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	ODS RELACIONADOS
Administración pública	<ul style="list-style-type: none"> -Seguridad alimentaria. -Seguridad Covid19. -Correcta gestión de los residuos. -Cumplir límites de vertido. -Límites de ruido y emisiones. -Cumplimiento legislación: ambiental, sanitaria, fiscal, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> -Producto de cercanía. -Mantenimiento y mejora sostenibilidad; tanto social, como ambiental, (productos sostenibles, igualdad, etc.). -Ahorros energéticos. -Reciclaje de residuos. -Ahorro de agua. -Creación de empleo y puestos de trabajo de calidad. -Ser un sitio de referencia para potenciar el turismo en Valencia, en general. Y particularmente, poniendo en valor nuestro barrio y siendo partícipes de la conservación de su patrimonio cultural. -Establecimiento de protocolos de limpieza generales y para el manejo del COVID. 	
Asociaciones/ sociedad	<ul style="list-style-type: none"> -Cumplir legislación. -Que aportemos riqueza económica mediante nuestra actividad, especialmente en la zona. -Creación de empleo y puestos de trabajo de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> -Disponer de información acerca del desempeño de nuestra actividad. -Que nuestra actividad tenga en cuenta el medio ambiente. -Compensar nuestra huella de carbono. -Cálculo huella hídrica. -Donaciones en las áreas que podamos, por ejemplo: programada donación de libros. 	

Participación de los grupos de interés

PARTE	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	ODS RELACIONADOS
Vecinos	<ul style="list-style-type: none"> -Aportar riqueza al barrio. -Minimización de ruidos y molestias (humos, tráfico...). 	<ul style="list-style-type: none"> -Ser respetuosos con los vecinos del barrio. -Colaborar con asociaciones de la zona. -Contratar personal de la zona. -Potenciar la actividad económica comprando en comercios aledaños. -Involucrarnos en acciones de fomento y defensa del barrio, como la lucha contra la gentrificación. -Cooperación para poner en valor el barrio. -Contribuir en el mantenimiento de las tradiciones del barrio. -Mantener nuestro local para que no se pierda el patrimonio arquitectónico y cultura de nuestro local de 1836. 	
Propietario local	<ul style="list-style-type: none"> -Cumplimiento del acuerdo contractual -Mantenimiento de las instalaciones -Cumplimiento de la legislación 	<ul style="list-style-type: none"> -Mejora de las instalaciones -Revalorización de su local. 	
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> -Transparencia en nuestras actividades. -Competencia leal. 	<ul style="list-style-type: none"> -Colaboración en temas sensibles, como empleo, medio ambiente, horarios, pandemia. -Puesta en marcha de iniciativas empresariales que fomenten el turismo y la gastronomía valencianas. -Unirnos para poner en valor no solo la cocina, sino también el valor de "la Sala" (Grupo Sala Valencia). -Cooperar para mantener y potenciar el barrio. 	
Entidades financieras	<ul style="list-style-type: none"> -Cumplimiento requisitos financieros contractuales -Solvencia económica por nuestra parte. 	<ul style="list-style-type: none"> -Estabilidad financiera de la empresa. -Empresa sostenible. 	

Acuerdos de negociación colectiva (GRI-102-41)

Todos los trabajadores de CASA MONTAÑA (100%) están acogidos al Convenio Colectivo del sector de la hostelería, siendo el marco regulatorio en materia laboral.

Participación de los grupos de interés

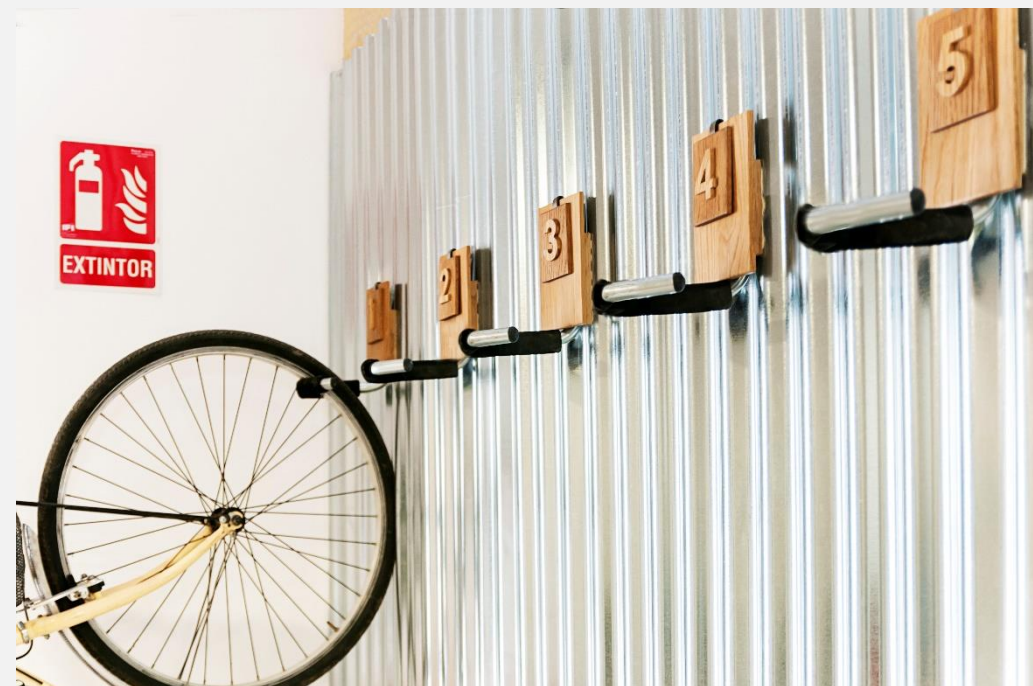
Enfoque para la participación de los grupos de interés (GRI-102-43)

La empresa dispone de una estrategia de comunicación con las partes interesadas para dar respuesta a los diferentes temas, ya sea de manera directa o de forma indirecta mediante la publicación de información en la web de la empresa o en sus redes sociales y, a partir de este año, a través de la presente memoria, que es de carácter público.

The collage displays the company's digital presence across various platforms:

- Instagram:** A grid of images including a beer glass, a chef, a tapas dish, and a restaurant interior.
- Facebook:** A post from 'Casa Montaña' featuring a video of a chef and a text post about 'Los cinco restaurantes españoles de co tradicional que están entre los mejores'.
- Twitter:** A tweet from 'Gastronomía' mentioning Casa Montaña.
- Google Maps:** A snippet showing the restaurant's location in Valencia.
- gastro ranking:** A red badge showing a score of 8.8 based on 8,851 opinions.
- Facebook Page:** A screenshot of the official Facebook page with a 4.6 star rating and 3,314 reviews.
- TravelAdvisor:** A screenshot of a review from 'Igde' with a 5-star rating.
- Opinion:** A snippet of a review titled 'Inovidable' with a 5-star rating.

7. Practicas para la elaboración de los informes



Prácticas para la elaboración de informes

Entidades incluidas en los estados financieros consolidados (GRI 102-45)

En nuestros estados financieros figuran las siguientes entidades: Trabajadores, Clientes y Proveedores.

Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema (GRI 102-46)

La memoria de sostenibilidad se ha realizado conforme a la información y los indicadores establecidos en la guía de referencia del “**GRI STANDARDS**” **opción esencial** y los asuntos relevantes derivados de nuestro estudio de materialidad.

Para la definición de la materialidad se ha seguido el siguiente proceso:

1. Identificación de los aspectos más relevantes en materia de sostenibilidad, en base al análisis de riesgos, al análisis del entorno, a la evaluación de aspectos ambientales, a los intereses y expectativas de los grupos de interés y al riesgo para la empresa.
2. Los distintos aspectos se han agrupado según los estándares de GRI, con el fin de que el resultado de la evaluación sea acorde con las Coberturas de los temas.
3. Determinación de cuáles son materiales, y por tanto, se incluirán en la memoria, basándose en la metodología de evaluación que se describe a continuación.
4. Selección como Temas Materiales a aquellos que han resultado con puntuación superior a 40 según la metodología desarrollada.
5. Correlación de los ODS con los distintos temas materiales.
6. Priorización de los ODS en base a los temas materiales seleccionados.

CASA MONTAÑA focalizará su actividad sobre aquellos temas materiales y ODS que han obtenido mayor puntuación tras la evaluación realizada. No obstante, siempre que la capacidad de influencia y los recursos de la empresa lo permitan, se trará sobre los temas materiales y ODS que sin haber sido priorizados se considere oportuno.

Prácticas para la elaboración de informes

Metodología de selección de temas materiales y priorización de ODS.

Proceso de evaluación de los temas materiales y priorización de ODS con respecto a los IMPACTOS

Criterios de evaluación de **ASPECTOS NEGATIVOS**:

1. **Gravedad** del impacto.
2. **Dificultad** de corrección del impacto.
3. **Probabilidad** de que ocurra el impacto.

Bajo: 1 pto. Medio: 5 ptos. Alto: 10 ptos.

Se priorizarán los impactos más graves y muy probables. Sin embargo, los impactos más graves deben priorizarse aunque sean poco probables.

Criterios de evaluación de **ASPECTOS POSITIVOS**:

1. **Relevancia** del impacto.
2. **Facilidad** de influencia sobre el impacto.
3. **Frecuencia** en la que aparece el impacto.

Bajo: 1 pto. Medio: 5 ptos. Alto: 10 ptos.

Se indicará en la evaluación con color negro si se ha considerado impacto negativo y con color verde si se ha considerado impacto positivo. En el caso de que para un mismo aspecto puedan conjugarse tanto impactos positivos como negativos, se seleccionará el de mayor relevancia.

Se priorizarán los aspectos más relevantes y muy frecuentes. Sin embargo, los aspectos más relevantes deben priorizarse aunque sean poco frecuentes. Se evaluarán teniendo en cuenta tanto las situaciones normales como las anormales y de emergencia.

En el caso de que un aspecto no se pudiera dar de ninguna manera, podrá evaluarse como 0 en todos los apartados.

Proceso de evaluación de los ODS con respecto a los Riesgos para la empresa (amenazas y oportunidades).

- Reputación.
- Riesgos financieros.
- Riesgos legales.
- Riesgos para los procesos.
- Riesgos para la continuidad empresarial.
- Riesgos para la contratación o retención de personal.
- Riesgos para la productividad de los empleados.

Se valorará si genera un riesgo positivo para la empresa con + 10, si genera un riesgo negativo con + 5 y si no genera riesgo para la empresa se asignará un valor de 0.

Priorizaremos las oportunidades sobre las amenazas

Proceso de evaluación de los ODS con respecto a las PARTES INTERESADAS

Se realizará una valoración subjetiva según las necesidades y expectativas identificadas para las distintas partes interesadas. Se priorizarán las valoraciones de las partes interesadas de influencia directa por y sobre la empresa (dirección, trabajadores, clientes, vecinos) frente al resto.

Para priorizar a estos cuatro grupos se valorará con 1 frente a 0 puntos para el resto.

Se asignará 1, 3 ó 5 puntos si se considera que el interés/expectativa relacionado es bajo, medio o alto. En caso de no identificarse el aspecto con una expectativa o necesidad se asignará un valor de 0.

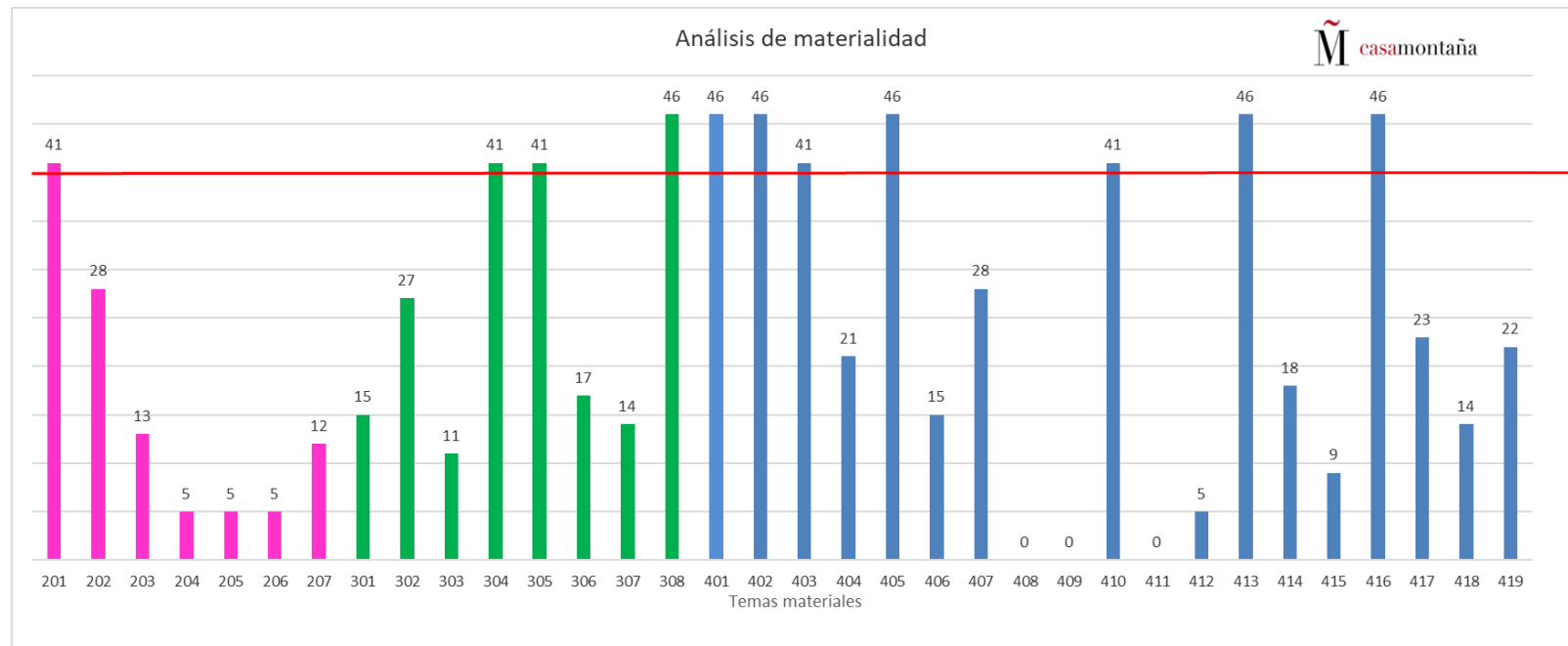
RESULTADO DE LA EVALUACIÓN

Todos aquellos temas materiales cuyo resultado sea superior a 40 serán abordados en la Memoria de Sostenibilidad de la empresa.

Los ODS relacionados con los temas materiales con puntuación superior a 40 se priorizarán en el Plan de Sostenibilidad de la empresa. La empresa podrá trabajar en otros temas materiales, así como en otros ODS, si bien deberá realizar una priorización según el resultado de la evaluación.

Prácticas para la elaboración de informes

Lista de temas materiales (GRI 102-47)



Temas Materiales Prioritarios

Temas Materiales Prioritarios	ODS
201 Desempeño económico	8,9,12
304 Biodiversidad	2,12,14,15
305 Emisiones	3,13
308 Evaluación ambiental de proveedores	12,14
401 Empleo	8
402 Relaciones trabajador - empresa	8
403 Salud y seguridad en el trabajo	3
405 Diversidad e igualdad de oportunidades	5
410 Prácticas en materia de seguridad	2,3
413 Comunidades locales	2,12,14
416 Salud y seguridad de los clientes	2,3,12

Prácticas para la elaboración de informes

Reexpresión de la información (GRI 102-48)

Este informe está basado en el Standard GRI, organizando la información en base a dicho estándar. Es el primer informe que confecciona CASA MONTAÑA por lo que no se consideran cambios relativos a métodos de medición que puedan afectar a la información proporcionada.

Cambios en la elaboración de informes (GRI 102-49)

El presente es el primer informe que confecciona CASA MONTAÑA según la metodología GRI. En el año 2020 CASA MONTAÑA publicó el Informe de Progreso correspondiente a 2019 según la metodología del PACTO MUNDIAL.

Periodo objeto del informe (GRI 102-50)

Este informe es referente al año 2021 (de Enero a Diciembre de 2021), coincidiendo con el año fiscal.

Fecha del último informe (GRI 102-51)

El presente es el primer informe que confecciona CASA MONTAÑA según la metodología GRI STANDAR.

Ciclo de elaboración de informes (GRI 102-52)

Anual.

Punto de contacto para preguntas sobre el informe (GRI 102-53)

CASA MONTAÑA

Tel. +34 96 367 23 14

Correo-e: calidad@emilianobodega.com

Web: www.emilianobodega.com

Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI (GRI 102-54)

Este informe de ha elaborado de conformidad con la opción **Esencial de los Estándares GRI**

Verificación externa (GRI 102-56)

Este informe no se ha sometido a revisión externa debido a los costes económicos que esta representa en una empresa de una estructura como la nuestra (PYME).

8. Plan de Sostenibilidad 2022



**OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**

Plan de Sostenibilidad

Plan de Sostenibilidad 2022.

CASA MONTAÑA ha definido un PLAN DE SOSTENIBILIDAD, basado en la evaluación de la materialidad realizada y en la priorización de los ODS resultante de la misma. De los 17 ODS, se ha priorizado 9, lo que hace que la empresa esté comprometida con acciones que contribuyen a 9 de los 17 ODS.

Para todos los ODS sobre los que se trabaja, se han seleccionado las metas sobre las que CASA MONTAÑA puede tener influencia y se han establecido OBJETIVOS y ACTUACIONES concretas. Algunas de estas actuaciones son continuas, manteniéndose a lo largo del tiempo en la empresa, mientras que otras son de nueva implantación.

El Plan de Sostenibilidad se revisa de forma anual por el Comité de Sostenibilidad de CASA MONTAÑA, realizándose un seguimiento semestral del mismo.



Plan de Sostenibilidad 2022

2 HAMBRE
CERO



META 2.1. Para 2030, poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones vulnerables, incluidos los lactantes, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año.

OBJETIVO: Contribuir a paliar el hambre en colectivos desfavorecidos del entorno. Acciones:

- ✓ Colaboración anual con la Organización Acción contra el Hambre en su programa de Restaurantes Solidarios. Aportación de platos solidarios.
Presupuesto 2022: 300 euros
Responsable: Estefanía
Plazo: Enero - Diciembre 2022
- ✓ Donación de productos con fecha de caducidad próxima a banco de alimentos en caso de no poder ofrecerle salida a tiempo al producto. El número de donaciones y la fecha designada dependerá de la planificación de compra y la fluctuación de clientes.
Presupuesto 2022: indefinido
Responsable: María
Plazo: Enero - Diciembre 2022
- ✓ Aportación anual como socios colaboradores de fundaciones destinadas a reforzar la nutrición adecuada de personas que viven en situación de necesidad: APOSTEM
Presupuesto 2022: 300 euros
Responsable: María
Plazo: Enero 2022

OBJETIVO: Consolidar el acceso a una alimentación sana y nutritiva.

Acciones:

- ✓ Estricto control de alérgenos.
- ✓ Inclusión en el listado de establecimientos seguros de ACECOVA (Asociación de Celíacos de la Comunidad Valenciana).
- ✓ Actualización de menú degustación sin gluten.
- ✓ Revisión de fichas técnicas de elaboración propias y de proveedores.

Presupuesto 2022: 1 hora mensual de trabajo
Responsable: Denise

Plazo: Octubre 2022

Plan de Sostenibilidad 2022

2 HAMBRE CERO



META 2.5. Para 2020, mantener la diversidad genética de las semillas, las plantas cultivadas y los animales de granja y domesticados y sus especies silvestres conexas, entre otras cosas mediante una buena gestión y diversificación de los bancos de semillas y plantas a nivel nacional, regional e internacional, y promover el acceso a los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales y su distribución justa y equitativa, como se ha convenido internacionalmente.

OBJETIVO: Conservar el patrimonio gastronómico y preservar los recursos fitogenéticos de la CV.

Acciones:

- ✓ Mantenimiento de las variedades “olvidadas” en la carta y generación de un nicho de mercado (demanda) para estas especies en peligro de extinción.
- ✓ Incremento de la visibilidad del Proyecto Vuelta a las Raíces para promover los beneficios de esta acción, tanto en redes como en el restaurante.

Presupuesto 2022: 2 horas de trabajo.

Responsable: Denise y Roberto.

Plazo: Marzo 2022

- ✓ Contribución del desarrollo territorial y de la agricultura sostenible respetuosa con el medioambiente, a través de la participación en Jornadas y Cursos Experienciales de programas de Turisme CV y Red Gastroturística CV (L'Exquisit Mediterrani).

Presupuesto 2022: horas de formación contabilizadas como horas de trabajo - por definir según planificación de eventos.

Responsable: Denise (de comunicar a Cocina y Sala para su asistencia según corresponda).

Plan de Sostenibilidad 2022

3 SALUD Y BIENESTAR



META 3.4. Para 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar.

OBJETIVO: Promover prácticas saludables entre el personal y los clientes. Acciones:

- ✓ Instalación de parking exclusivo para bicicletas, patinetes, etc. equipado con hinchador de ruedas, kit de reparación de pinchazos y cargador de batería para los patinetes.
- ✓ Elaboración de un plan semanal de comida de personal, que asegure la inclusión de los macro y micro nutrientes de forma variada y equilibrada

Presupuesto: 40 minutos semanales de trabajo

Responsable: Roberto y Denise

Plazo: Febrero 2022

OBJETIVO. Promover hábitos saludables entre los clientes. Acciones:

- ✓ Actualización de menús degustación vegetariano y vegano.
- ✓ Mantenimiento de modificadores en las raciones de tapas.
- ✓ Formación de camareros nuevos para realizar las recomendaciones más adecuadas al cliente en cuanto a tamaños y cantidades.
- ✓ Adaptación de tapas a patologías determinadas, por ejemplo, hipertensión arterial (elaboraciones sin sal).

OBJETIVO. Cuidar la seguridad y salud de nuestros clientes. Acciones:

- ✓ Desfibrilador con asistencia técnica y médica remota.
- ✓ Personal formado en reanimación cardiopulmonar y uso del desfibrilador.
- ✓ Instrumental especializado para la atención de atragantamientos de dos tamaños, adulto y niño.
- ✓ Adaptación a las necesidades actuales: mesas apartadas o salas privadas para clientes con inseguridad respecto del COVID 19, sistemas de renovación de aire, comunicación de protocolos de ventilación.

Plan de Sostenibilidad 2022

3 SALUD Y BIENESTAR



OBJETIVO: Colaborar con asociaciones para fomentar la prevención y tratamiento de enfermedades. Acciones:

- ✓ Aportación anual como socios colaboradores de fundaciones destinadas a reforzar la vigilancia y protección de la salud de los colectivos más vulnerables:

APORTEM

Presupuesto 2022: 300 euros (ya contabilizados en el ODS 2)

Responsable: María

Plazo: Enero - Diciembre 2022

OBJETIVO: Cuidar la salud mental de los trabajadores hosteleros, reflejado a su vez en el bienestar de los clientes. Acciones:

- ✓ Establecimiento de un canal de comunicación para propuestas de mejora.
- ✓ Revisión de protocolos de procesos de apertura, cierre y servicio para disminuir el estrés y posible burnout.

Presupuesto 2022: 2 horas mensuales

Responsable: Denise, María, Alejandro

Plazo: Julio-diciembre 2022

META 3.9. *Para 2030, reducir sustancialmente el número de muertes y enfermedades producidas por productos químicos peligrosos y la contaminación del aire, el agua y el suelo.*

OBJETIVO: Disminuir residuos que resulten en la contaminación del aire, agua y suelo, que a la larga pueden ocasionar enfermedades. Acciones:

- ✓ Compra de un dosificador de productos químicos para utilizar la cantidad justa y necesaria en la limpieza y desinfección del establecimiento.
- ✓ Valoración de la sustitución de los productos químicos actualmente utilizados por versiones más “ecológicas” y menos dañinas para el entorno.

Presupuesto 2022: 4 horas de trabajo

Responsable: María y Denise

Plazo: Marzo 2022

Plan de Sostenibilidad 2022

5 IGUALDAD DE GÉNERO



META 5.1. Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo. **Y META 5.2.** Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación.

OBJETIVO: Prevenir y erradicar del acoso laboral. Acciones:

- ✓ Creación de protocolos de actuación ante el acoso laboral.
- ✓ Creación de un canal de denuncias ante situaciones de acoso.
- ✓ Creación de un protocolo para evitar el uso del lenguaje machista.

Presupuesto: 10 horas de trabajo

Responsable: Denise

Plazo: Enero – Junio 2022

OBJETIVO: Contribuir a promover la igualdad de género y a erradicar la violencia de género a nivel social. Acciones:

- ✓ Promoción de una tertulia anual con temática de igualdad de género.

Presupuesto: 0 euros (patrocinado por Amstel)

Responsable: Estefanía

Plazo: Segundo semestre 2022

- ✓ Colaboración con el Colegio Santiago Apóstol (Cabanyal) con un amplio trabajo en labores de cohesión de la comunidad y de orientación. Taller de baile para niñas y niños.

Presupuesto: 150 euros (indefinido)

Responsable: Denise

Plazo: Marzo 2022

Plan de Sostenibilidad 2022

5 IGUALDAD DE GÉNERO



META 5.5. *Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.*

OBJETIVO. Garantizar el acceso de las mujeres a puestos directivos y de responsabilidad. Acciones:

- ✓ 65 % de plantilla mujeres, 7 con cargos de gerencia/responsables de área.
- ✓ Redacción y promoción del Plan de Igualdad en el segundo semestre del 2022.

Presupuesto: 2000 euros

Responsable: Denise

Plazo: Julio-diciembre 2022

- ✓ Fomentar la conciliación de la vida personal y familiar.

META 5.b. *Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres.*

OBJETIVO: Impulsar el uso de la tecnología en las diferentes áreas, colaborando en la disminución de la brecha de género que existe en cuanto al acceso a estudios relacionados con la tecnología.

- ✓ Innovación en la gestión de procesos a través de aplicaciones informáticas nuevas, con la debida formación previa a su inclusión respecto de su uso correcto.

Presupuesto: 2 horas de formación por aplicación/ programa

Responsable: Denise

Plazo: Enero - Diciembre 2022

Plan de Sostenibilidad 2022

META 8.5. De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor. **Y META 8.8.** Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.

OBJETIVO: Mejorar la satisfacción de los trabajadores. Acciones:

- ✓ Aseguramos un ingreso justo y actualizado para nuestros trabajadores, así como seguridad en el puesto de trabajo.
- ✓ Rotación del personal en distintos tipos de actividades.
- ✓ Ofrecemos oportunidades de desarrollo profesional en respuesta a la proactividad y la motivación personal.
- ✓ Generamos incentivos y recompensas como respuesta al esfuerzo dedicado al trabajo. Primer semestre del 2022: visita cultural y eno gastronómica a una bodega valenciana – proveedora importante de vinos para la empresa.

Presupuesto: 1200 euros.

Responsable: Denise, Estefanía.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

- ✓ Facilitamos el acceso permanente a cursos de formación profesional, en relación con la hostelería, los idiomas y los recursos humanos. Plan de Formación 2022.

Presupuesto: 2000 euros (aproximado, muy variable).

Responsable: Estefanía, Alejandro.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

**8 TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO**



Plan de Sostenibilidad 2022

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



OBJETIVO. Garantizar unas condiciones de trabajo seguras desde el ámbito de la prevención de riesgos laborales. Acciones:

- ✓ Controlamos los riesgos de seguridad, higiene, ergonomía y psicología mediante un SPM y una figura interna encargada de velar por ello.

Presupuesto: 2 horas mensuales

Responsable: Denise

Plazo: Enero - Diciembre 2022

- ✓ Análisis de gestión de pedidos, sistemas de organización y almacenamiento para aumentar la practicidad y facilitar las tareas “pesadas” fuera del servicio.

Presupuesto: 15 horas anuales + compra de materiales necesarios

Responsable: María, Denise, Ana

Plazo: Enero - Diciembre 2022

OBJETIVO. Favorecer la conciliación laboral. Acciones:

- ✓ Adaptación de horarios de sala y cocina respetando nuestros propios criterios mínimos establecidos y revisados por Dirección.

Presupuesto: 3 horas semanales.

Responsable: Alejandro (sala) + Roberto (cocina).

Plazo: Enero - Diciembre 2022

OBJETIVO: Promover en la sociedad de los derechos fundamentales, combatiendo la explotación de las personas en cualquiera de sus formas. Acciones:

- ✓ Asumimos el Código Ético de Turismo Valenciano garantizando la promoción de los derechos fundamentales, combatiendo la explotación de las personas en cualquiera de sus formas.
- ✓ Realización de una tertulia anual con temática de derechos fundamentales.

Presupuesto: 0 euros (patrocinada por Amstel).

Responsable: Estefanía.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

OBJETIVO: Participar en agrupaciones fundadas como entidad cultural.

- ✓ Colaboración anual con agrupaciones generadoras de empleo: Agrupació Falles Maritim (primer trimestre).

Presupuesto: 250 euros.

Responsable: María.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

Plan de Sostenibilidad 2022

9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



META 9.4. De aquí a 2030, modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles, utilizando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países tomen medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas. **META 9.C.** Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados de aquí a 2020.

OBJETIVO: Digitalizar los procesos. Acciones:

- ✓ Combinamos la modernidad con la tradición para adaptarnos a la transformación digital necesaria, incorporando un mayor número de dispositivos electrónicos, aplicaciones, sistemas, y códigos para pasar del mundo offline al online.

Presupuesto: 3250 euros anual *DUAL LINK* (ampliación de funciones)

Responsable: María.

Presupuesto: 3 euros por referencia + 100 euros cuota anual *WINERIM*.

Responsable: Denise.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

OBJETIVO. Modernizar de instalaciones. Acciones:

- ✓ Local exclusivo para la oficina del restaurante, contiguo al mismo, para la centralización y organización de procesos de gestión.
- ✓ Aislamiento acústico insonorizando la oficina, el comedor y la sala de catas.
- ✓ Inversión en la accesibilidad de las instalaciones. Primer trimestre.

Presupuesto: 600 euros (Rampas).

Responsable: Denise.

Plazo: Enero - Julio 2022

OBJETIVO. Fomentar la innovación en la sociedad. Acciones:

- ✓ Participación de al menos una jornada de innovación. Segundo semestre

Presupuesto: a definir.

Responsable: Estefanía y Denise.

Plazo: Julio - Diciembre 2022

Plan de Sostenibilidad 2022



META 12.2. De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales. **META 12.4.** De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente. **META 12.5.** De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

OBJETIVO: Disminuir en un % determinado los residuos. Acciones:

- ✓ Envases ecológicos para que nuestros clientes puedan llevarse la comida sobrante a casa.
- ✓ Ofrecemos distintos tamaños de ración de la mayoría de nuestros platos, además de tapas individuales, para reducir los desperdicios.
- ✓ Nuestros sistemas de almacenamiento se basan en protocolos rigurosos para facilitar la adecuada rotación de productos.
- ✓ Se provisiona la compra de productos en función a la afluencia estimada de clientes, teniendo en cuenta los eventos de la ciudad y en especial, los de nuestro barrio. Creación de un calendario “previsor” en el nuevo sistema de reservas basado en las fluctuaciones de clientes (según informe de número de visitas) en formato “alarma”.

Presupuesto: 3 horas de trabajo.

Responsable: Estefanía.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

- ✓ Intentamos aprovechar al máximo el producto: compartiendo ingredientes clave p.e. los recortes de nuestras Patatas de Secano de los Montes Universales se emplean en el Ajoarriero y los del Jamón Ibérico de Bellota 100% en las Habas Estofadas (Michirones).
- ✓ Empleamos los recortes de nuestros productos frescos y de temporada en la comida del personal.
- ✓ Priorizar la sustitución de productos por sus versiones “plurales” como aquellos libre de gluten, sin lactosa, sin huevo y otros alérgenos, de manera que sea apto para diversas patologías, intolerancias o exigencia de clientes.

Presupuesto: 200 euros.

Responsable: Roberto.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

Plan de Sostenibilidad 2022



OBJETIVO: Apoyar a los productores locales. Acciones:

- ✓ Consumo de productos frescos y exclusivamente de temporada.
- ✓ Proyecto “Vuelta a las Raíces”, junto con Servicio de Producción Ecológica de la GVA y la Fundación Global Nature.
- ✓ Ampliación/variación de la oferta gastronómica basada principalmente en productos de KM 0, de interés agrario y de producción bajo plástico.

Presupuesto: 10 horas de trabajo + coste económico por definir

Responsable: Roberto, Denise, Alejandro

Plazo: Enero - Diciembre 2022

- ✓ Aumentar la visibilidad o el valor de los productores locales en redes sociales, al menos con una publicación al mes.

Presupuesto: Comunnity Manager.

Responsable: Denise.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

- ✓ Encuentro y presentación de producto (dependiendo de la temporada) por el propio productor, estableciendo un dialogo que culmina en una cena alrededor de dicho producto.

Presupuesto: 300 euros + coste del producto + 10 horas de trabajo.

Responsable: Roberto, Alejandro, Denise.

Plazo: Julio - Diciembre 2022

- ✓ Organización de una visita formativa a la Quesería Los Corrales, dentro del Parque Natural de la Sierra de Espadán.

Presupuesto: 100 euros.

Responsable: Denise.

Plazo: Primer semestre 2022

Plan de Sostenibilidad 2022



META 12.6. Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.

OBJETIVO. Publicar de forma periódica la Memoria de Sostenibilidad. Acciones:

- ✓ Establecer un sistema de indicadores y de recogida de datos.
- ✓ Publicar y exponer al público la Memoria de Sostenibilidad.
- ✓ Difusión en la carta y en la web el aporte que realizamos a la agricultura local.

Presupuesto: 1 hora mensual de trabajo.

Responsable: Denise.

Plazo: Septiembre 2022

OBJETIVO. Promover el consumo responsable en la sociedad. Acciones:

- ✓ Promoción de al menos una jornada anual de consumo responsable.
- ✓ Publicación mensual en cualquiera de las redes sociales.

Presupuesto: Comunnity Manager.

Responsable: Denise.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

- ✓ Comunicación fija y actualizada de nuestras prácticas sostenibles a los proveedores para trabajar orientados hacia el mismo objetivo. Firma mail de bodega + administración.

Presupuesto: 3 horas de trabajo.

Responsable: Denise.

Plazo: Enero 2022

- ✓ Asignación de un espacio exclusivo en la bodega (y categoría distintiva) a los vinos naturales sin sulfitos añadidos y puesta en valor en pizarra (mínimo 6 vinos por año). Primer trimestre.

Presupuesto: 3 horas de trabajo.

Responsable: Ana.

Plazo: Enero - Marzo 2022

Plan de Sostenibilidad 2022

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



META 13.2. Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales. **META 13.3.** Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.

OBJETIVO. Compensar la huella de carbono de la empresa. Acciones:

- ✓ Cálculo y registro de la huella de carbono del 2021.

Presupuesto: 12 horas de trabajo.

Responsable: Denise.

Plazo: Enero 2022

- ✓ Participación en proyectos de compensación de la huella de carbono.

Presupuesto: por definir.

Responsable: Denise, María.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

- ✓ Digitalización de procesos: firma digital de nóminas.

Presupuesto: 2 horas de trabajo.

Responsable María.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

OBJETIVO. Promover la sostenibilidad en la sociedad. Acciones:

- ✓ Promoción/asistencia de al menos una jornada anual de medio ambiente.

Presupuesto: por definir.

Responsable: Denise, María.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

Plan de Sostenibilidad 2022



META 14.1. De aquí a 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina de todo tipo, en particular la producida por actividades realizadas en tierra, incluidos los detritos marinos y la polución por nutrientes. **META 14.2.** De aquí a 2020, gestionar y proteger sosteniblemente los ecosistemas marinos y costeros para evitar efectos adversos importantes, incluso fortaleciendo su resiliencia, y adoptar medidas para restaurarlos a fin de restablecer la salud y la productividad de los océanos.

OBJETIVO. Fomentar de la explotación sostenible y tradicional del mar. Acciones:

- ✓ Atún marinado del Mediterráneo a las siete especias, uno de nuestros platos estrella, es de calidad Balfegó, certificado como libre de Anisakis sin necesidad de congelación previa. Se caracterizan por la ausencia de estrés y sufrimiento en el sacrificio.
- ✓ La materia prima de La Lonja del Pescado, que la ofrecemos a la plancha, frita, al vapor y en cazuela.
- ✓ La Brújula, proveedor de conservas seleccionadas artesanas cuyas piezas son capturadas con artes de pesca tradicionales, de forma sostenible, en sus caladeros atlánticos al amanecer.
- ✓ Ramón Franco, proveedor de mejillones, cuya forma de realizar el trabajo huye de la producción masiva y de sabores estándar para seguir apostando por métodos y recetas tradicionales, altamente valorado por sus clientes. Se basan en la filosofía slow food, situándose como una de las empresas de referencia en el sector del cultivo, envasado y distribución de mejillón de alta calidad.
- ✓ Zallo, del cual citamos textualmente “Nos comprometemos a mantener una ética social y laboral que permita un entorno agradable de trabajo y respetuoso con el medio ambiente, colaborando con el sector extractivo de la comarca. Centramos nuestra compra en producto fresco del Cantábrico (Bay of Biscay), apoyando las técnicas de captura de pescado "uno a uno" de las flotas pesqueras locales, evitando de esta manera la captura accidental de delfines así como el deterioro del fondo marino.”
- ✓ Apoyo del carácter marinero del barrio. Utilizar el apartado de “Sugerencias del Chef” para incluir un producto nuevo, fresco y accesible.

Presupuesto: 1 hora de trabajo por producto a valorar.

Responsable: Roberto.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

- ✓ Organización de visita en alguno de los siguientes: Bateas y testigos de la campaña de la clóchina (celebración de la temporada y apoyo al respeto de su ciclo propio); Tarragona experiencia Atún Balfegó de captura sostenible; Conserveras de anchoa en Santoña.

Presupuesto: 20 – 800 euros .

Responsable: Denise, Estefanía.

Plazo: Enero - Diciembre 2022

Plan de Sostenibilidad 2022



META 15.1. Para 2020, velar por la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los ecosistemas interiores de agua dulce y los servicios que proporcionan, en particular los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, en consonancia con las obligaciones contraídas en virtud de acuerdos internacionales. **META 15.4.** Para 2030, velar por la conservación de los ecosistemas montañosos, incluida su diversidad biológica, a fin de mejorar su capacidad de proporcionar beneficios esenciales para el desarrollo sostenible. **META 15.5.** Adoptar medidas urgentes y significativas para reducir la degradación de los hábitats naturales, detener la pérdida de la diversidad biológica y, para 2020, proteger las especies amenazadas y evitar su extinción.

OBJETIVO: Detener la pérdida de la diversidad biológica. Acciones:

- ✓ Valoración de la inclusión de una nueva semilla o semillas en peligro de extinción.

Presupuesto: 1 hora de trabajo mensual.

Responsable: Roberto y Denise.

Plazo: Enero - Julio 2022

9. Dimensión económica GRI200



201 DESEMPEÑO ECONÓMICO

202 PRESENCIA EN EL MERCADO

203 IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS

204 PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN

205 ANTICORRUPCIÓN

206 COMPETENCIA DESLEAL

Dimensión económica

ENFOQUE DE GESTIÓN ECONÓMICA (GRI-202-1)

Nuestro enfoque a nivel económico se basa en los siguientes factores:

✓ **Clientes:**

- Captación de nuevos clientes gracias a nuestra experiencia, la calidad de nuestros productos y/o servicios y presencia en la sociedad valenciana y redes sociales para darnos a conocer.
- Fidelización de nuestros clientes mediante políticas de transparencia y garantía de nuestros servicios y/o productos.

✓ **Trabajadores:**

- Inversión en nuestro personal, formándolo de forma continua.
- Fidelización de nuestros clientes mediante políticas de transparencia y garantía de nuestros servicios y/o productos.

✓ **Calidad de servicio:**

- Con objetivos de mejora continua.
- Certificación de nuestro sistema calidad en Q de calidad turística y registro SICTED.
- Con selección de materias primas y proveedores.

✓ **Sociedad:**

- Cumplimiento de nuestras obligaciones tributarias.
- Retorno a la sociedad de las ganancias en forma de proyectos solidarios.

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO (GRI-201-1)

VALOR ECONÓMICO	2020	2021
Importe neto cifra negocio (ingresos)	1.894.818,38 €	862.037,66 €
Empleados: Gastos de personal	732.982,64 €	454.249,65 €
Sociedad: Impuestos sobre las ganancias	49.401,71 €	- €
Proveedores: Otros gastos de explotación	227.579,93 €	181.119,40 €
Amortizaciones y depreciaciones	13.880,78 €	17.532,55 €

Dimensión económica

Enfoque de gestión de presencia en el mercado (GRI-202)

Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente a salario mínimo local (GRI-202-1)

Tanto en aspectos retributivos, como en la selección de los miembros del equipo humano se aplican los valores de “no discriminación” e “igualdad de oportunidades”. Lo que se traduce en la paridad salarial existente entre sexos en la plantilla, teniendo en plantilla fija más mujeres que hombres.

SALARIOS	2020	2021
Salario medio equipo humano	1.850 €	1.773 €

Alto directivo procedente de la comunidad local (GRI-202-2)

En CASA MONTAÑA se promueve la contratación de la zona geográfica, promoviendo que todos los trabajadores puedan desarrollar su carrera profesional y alcanzar diferentes puestos de más responsabilidad dentro de la empresa.

Enfoque de gestión de impactos económicos indirectos (GRI-203)

Además de los impactos económicos directos que produce CASA MONTAÑA como consecuencia del desarrollo de su actividad, también se producen impactos indirectos que afectan a otros grupos de interés, principalmente en su entorno más inmediato, especialmente en los proveedores de proximidad.

Inversiones en infraestructuras apoyadas (GRI-203-1)

CASA MONTAÑA ha realizado inversiones continuas en la mejora de sus instalaciones y pretende seguir realizando inversiones en eficiencia energética contando con autoconsumo para la energía eléctrica y continúa realizando inversiones en el establecimiento para mejorar las condiciones de operación y accesibilidad.

Impactos económicos indirectos (GRI-203-2)

Las compras que se realizan en CASA MONTAÑA, se traducen en crecimiento de la zona geográfica, ya que se da prioridad a aquellos proveedores “locales” (km0), para fomentar la economía local y reducir el impacto de las emisiones derivadas del transporte.

Dimensión económica

Enfoque de gestión en prácticas de adquisición (GRI-204)

La cadena de suministro de la organización queda descrita en el apartado 102-9 del presente informe. Se establecen condiciones y plazos para los proveedores seleccionados con la herramienta de evaluación en cada una de las áreas de compra: cocina, sala, bodega y oficina.

Todos nuestros proveedores son evaluados periódicamente mediante una herramienta de seguimiento con dos tipos de criterios que hemos establecido: básicos-esenciales y de control. Estos criterios se orientan al cumplimiento de los requisitos legales y aplicables, propios de la empresa y aspectos de RSE.

Gasto correspondiente a proveedores locales (GRI-204-1)

CASA MONTAÑA intenta crear un valor añadido en su zona, por lo que se trabaja siempre que sea posible con proveedores locales, situados a menos de 100km de nuestras cocinas, tal y como se detalla en el punto (GRI-102-9).

Enfoque de gestión en anticorrupción (GRI-205)

Los valores de CASA MONTAÑA, de los que todos los trabajadores son informados y sensibilizados, promueve la lucha contra la corrupción. No se han identificado riesgos asociados a la corrupción. La actividad de la empresa no se presta a actividades de corrupción.

Incidentes de corrupción (GRI-205-3)

CASA MONTAÑA no ha sido informada a través de los diferentes canales de comunicación de los que dispone de ningún caso de corrupción durante el ejercicio 2021, ni se ha producido ninguna resolución judicial al respecto.

Enfoque de gestión en competencia desleal (GRI-206)

CASA MONTAÑA colabora con asociaciones del sector de forma activa, promoviendo la lucha contra la competencia desleal.

Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal (GRI-206-1)

No se han dado acciones judiciales hasta el momento por competencia desleal, ni se observan prácticas en el mercado que sean susceptibles de preocupación por un tercero o alguna parte interesada.



10. Dimensión ambiental GRI 300



301 MATERIALES

302 ENERGÍA

303 AGUA

304 BIODIVERSIDAD

305 EMISIONES

306 EFLUENTES Y RESIDUOS

307 CUMPLIMIENTO AMBIENTAL

308 CUMPLIMIENTO AMBIENTAL DE PROVEEDORES

Dimensión ambiental

Enfoque de gestión de materiales (GRI-301)

La actividad de restauración de CASA MONTAÑA genera un impacto ambiental relativo en el entorno y en la sociedad, ya que principalmente su afección es a través de la generación de residuos y el consumo de recursos y productos alimentarios, con un impacto ambiental muy pequeño.

Materiales utilizados, por peso o volumen (GRI-301-1)

El papel se utiliza principalmente en oficinas y el plástico se utiliza principalmente para envasar los alimentos, tanto con plástico de tipo film o para envasar al vacío. Se añade en la firma de los correos electrónicos de la empresa la sugerencia de evitar la impresión de emails si no fuera necesario. Se utiliza papel reciclado en la oficina, aunque su consumo en general ha sido considerablemente disminuido por la mayor introducción de programas y dispositivos electrónicos para la gestión de diferentes procesos (agendas, reservas, comandas, comunicación interna y externa, etc.) Se está trabajando en el desarrollo de una intranet que agilice aún más los procesos de internet.

Se ha incorporado la compra de productos de limpieza concentrados, lo que minimiza la generación de envases.

Se adquieren los siguientes materiales certificados:

SERVILLETA DUNILIN 157466	FSC/ECO COMPOST TUV AUSTRIA
MANTELES INDIVIDUALES DUNICEL NEGROS 178345	FSC
BOBINA SECA MANOS HORIZONTAL LAMINADA	FSC
TOALLA SECA MANOS 3 CAPAS 406312	ECOLABEL
HIGIENICO PLEGADO KLEENEX 8408	FSC / ECOLABEL

Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados (GRI-301-2)

El papel que se utiliza en oficinas es 100% de origen reciclado. Debido al tipo de sector, alimentación, las posibilidad de utilización de materiales reciclados son limitadas. No se cuenta en 2021 con el dato del porcentaje total de materiales reciclados utilizados.

Dimensión ambiental

Consumo energético en la organización (GRI-302-1)

El consumo de la energía cuantificado corresponde a la utilizada en oficinas, y cocinas. Se puede observar un incremento del consumo eléctrico en el año 2021 con respecto a 2020. Esto es debido a que la actividad se encontró parcialmente paralizada en el año 2020 por la pandemia COVID19.

Es importante destacar que toda la energía consumible procede de **fuentes renovables**, mediante contratos con empresas suministradora especializadas.

Consumo de energía fuera de la organización (GRI-302-2)

No se identifican consumos energéticos fuera de la organización.

Intensidad de la energía (GRI-302-3)

Debido a lo anómalo de la actividad en el año 2020 para todos los sectores, pero en especial para el sector de la hostelería, no podemos sacar conclusiones de seguimiento de consumos. No obstante se continuaran recopilando para poder hacer un análisis más representativo de los mismos.

Consumos	Año 2020	Año 2021
Energía Eléctrica (kWh)	70203	75919
Gas Natural (kWh)	25095	24146



Dimensión ambiental

Enfoque de gestión de las emisiones (GRI-305)

Las emisiones que contribuyen a los Gases de Efecto Invernadero (GEI) provienen prácticamente en su totalidad del transporte que se realiza entre las cocinas y los emplazamientos donde se llevan a cabo los eventos. Debidas a la emisión de CO2 derivada de la combustión de los vehículos del Grupo. Las emisiones de los vehículos que transportan las materias primas a nuestras instalaciones pertenecen a nuestros proveedores y no disponemos de suficientes datos para su consideración.

Emisiones directas de GEI (Alcance 1 y 2) (GRI-305-1) (GRI-305-2)

Se consideran emisiones directas de alcance 1 las provenientes de combustibles fósiles (gas natural) y las emisiones fugitivas (gases fluorados de refrigeración); Alcance 2 son las generadas del consumo de electricidad.

El consumo de gas en 2021 es inferior al de 2020, a pesar de que ha habido más días de apertura, gracias al cambio de la cocina, por una más eficiente energéticamente. El consumo eléctrico sí que es superior según lo esperado, mientras que en 2021 no ha habido fuga de gases fluorados, lo que sí que ocurrió en 2020.

Emisiones Gas Natural	Año 2020	Año 2021
Gas Natural kWh	35.095	24.146
Kg CO2 eq. (*)	6.387,29	6.036,5
t de CO2 eq.	6,39	6,04

(*) Factor emisión publicados por el MITERD 2020-

Emisiones fugitivas gases fluorados	Año 2020	Año 2021
Cantidad recargada (Kg)	2	0
t de CO2 eq.	4,18	0,00

(*) Factor emisión publicados por el MITERD 2020.

Emisiones Energía Eléctrica	Año 2020	Año 2021
Energía Eléctrica kWh	70.203	75.919
Kg eq.de CO2 (*)	10.974,57	12.147,04
t de CO2 eq.	10,97	12,15

(*) Factor emisión publicado por el MITERD para las empresas suministradoras 2020.

Dimensión ambiental

En el año 2021 CASA MONTAÑA ha compensado el 100 % de la huella de carbono generada durante 2020 en un proyecto de reforestación en el bosque incendiado de Gátova.

La huella de carbono generada en 2021 ha sido inferior a la generada en 2020, a pesar de haber aumentado las horas de servicio de la empresa, gracias a las medidas adoptadas, con adquisición de una nueva cocina más eficiente, con menor consumo de gas, y al control de los equipos de refrigeración, en los que no se han producido fugas.

HUELLA DE CARBONO	Año 2020	Año 2021
Alcance 1 (t de CO2 eq.)	10,56	6,04
Alcance 2 (t de CO2 eq.)	10,97	12,15
Total (t de CO2 eq.)	21,54	18,19



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

COMPENSACIÓN DE EMISIONES

Este certificado acredita que

CASA MONTAÑA

ha compensado la totalidad de su huella de carbono (21,54t CO2) de su actividad durante 2020
39°47'31.7"N 0°31'42.0"W

Carbon Proof Certified

CPC CARBON PROOF CERTIFIED

Casa Montaña

M

Dimensión ambiental

Enfoque de gestión del agua (GRI-303)

El agua consumida en la actividad de CASA MONTAÑA es la tanto la utilizada en cocina, tanto para la preparación y limpieza de alimentos, como la correspondiente a aseos y limpieza de instalaciones. Entre las acciones llevadas a cabo al respecto se encuentran:

- ✓ Sensibilización a los trabajadores. Supervisión de tareas específicas para garantizar la reutilización de recursos en los procesos de sala y cocina.
- ✓ Instalación y mantenimiento de sistemas de ahorro de agua (grifos difusores y limitadores de presión para disminuir la cantidad de agua emergente, además de cisternas con doble pulsador para la regulación del volumen de descarga de agua).
- ✓ Política de compra de equipos atendiendo a la eficiencia en ahorro de agua.

Extracción de agua por fuente (GRI-303-1)

En la organización no se produce extracción de agua por fuente: el agua proviene de la red de suministro municipal.

Fuentes de agua afectadas significativamente (GRI-303-2)

No se han afectado fuentes.

Agua reciclada y reutilizada (GRI-303-3)

No se ha reutilizado agua durante el período 2021.

Consumos	Año 2020	Año 2021
Agua (m3)	905	832



Descarga de agua por calidad y destino (GRI-306-1)

El grupo no genera aguas residuales peligrosas, el agua consumida se destina de forma exclusiva a cocinar y a uso sanitario, estando conectada a la red de saneamiento municipal, por lo que los vertidos generados son únicamente de tipo sanitario y asimilables a domésticos.

Cantidad de agua consumida en el apartado 303-1 Extracción de agua por fuente.

Dimensión ambiental

Enfoque de gestión de la biodiversidad (GRI-304)

CASA MONTAÑA está altamente sensibilizada con la pérdida de la biodiversidad. Por ello, ha puesto en marcha diferentes iniciativas que tiene como objetivo preservar la biodiversidad en cuanto a las variedades vegetales de la zona, óptimas para la cocina. En este sentido destacan las siguientes iniciativas:

- ✓ Proyecto “vuelta a las raíces: con el fin de preservar los recursos fitogenéticos de la CV, conservando nuestro patrimonio agrícola, introduciendo estas variedades “olvidadas” en nuestra carta, generando así un nicho de mercado para estas “especies en peligro de extinción” y generar de esta forma una demanda que asegure su cultivo y recuperación.
- ✓ Para 2022 está planificada la inclusión en la carta de una nueva semilla o semillas en peligro de extinción.

En el mismo sentido, la sensibilización con nuestros mares y la preservación de la biodiversidad en ellos es también un aspecto importante. Desde CASA MONTAÑA se han puesto en marcha las siguientes iniciativas, incluidas en nuestro Plan de Sostenibilidad:

- ✓ Adquisición de atún marinado del Mediterráneo certificado como libre de Anisakis sin necesidad de congelación previa. Se caracteriza por la ausencia de estrés y sufrimiento en el sacrificio.
- ✓ La Brújula, proveedor de conservas seleccionadas artesanas cuyas piezas son capturadas con artes de pesca tradicionales, de forma sostenible, en sus caladeros atlánticos al amanecer.
- ✓ Ramón Franco, proveedor de mejillones, cuya forma de realizar el trabajo huye de la producción masiva y de sabores estándar para seguir apostando por métodos y recetas tradicionales, altamente valorado por sus clientes. Se basan en la filosofía slow food, situándose como una de las empresas de referencia en el sector del cultivo, envasado y distribución de mejillón de alta calidad.
- ✓ Zallo, del cual citamos textualmente “Nos comprometemos a mantener una ética social y laboral que permita un entorno agradable de trabajo y respetuoso con el medio ambiente, colaborando con el sector extractivo de la comarca. Centramos nuestra compra en producto fresco del Cantábrico (Bay of Biscay), apoyando las técnicas de captura de pescado “uno a uno” de las flotas pesqueras locales, evitando de esta manera la captura accidental de delfines así como el deterioro del fondo marino.”
- ✓ Apoyo del carácter marinero del barrio. Utilizar el apartado de “Sugerencias del Chef” para incluir un producto nuevo, fresco y accesible.
- ✓ Planificada para 2022 la organización de visita en alguno de los siguientes: Bateas y testigos de la campaña de la clóchina (celebración de la temporada y apoyo al respeto de su ciclo propio); Tarragona experiencia Atún Balfegó de captura sostenible; Conserveras de anchoa en Santoña.

Dimensión ambiental

Centros operativos propias, arrendadas o gestionadas, que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas o de gran valor para la biodiversidad (GRI-304-1)

Ninguna de las instalaciones donde se desarrollan nuestras actuaciones se enmarcan en entornos de riqueza paisajística y biodiversidad.



Impactos significativos de las actividades, productos y servicios sobre la biodiversidad (GRI-304-2)


No se generan impactos negativos sobre la biodiversidad derivados de nuestras actividades. Consideramos que se genera un impacto positivo gracias a nuestros proyectos de recuperación de semillas para la cocina.

Hábitats protegidos o restaurados (GRI-304-3)


CASA MONTAÑA ha desarrollado un proyecto de **compensación de la huella de carbono**, mediante la repoblación de árboles en el Parque Natural de la Sierra Calderona.





PROYECTO DE REPOBLACIÓN FORESTAL EN PARCELA TITULARIDAD DEL AYUNTAMIENTO DE GÁTOVA (VALENCIA)




PROYECTO DE REPOBLACIÓN FORESTAL EN PARCELA TITULARIDAD DEL AYUNTAMIENTO DE GÁTOVA (VALENCIA)

PROMOTOR:
 Carbon Proof Certified
 Avda. Los Rosales 3-12. 46110 Godella (Valencia)
 Tel.: 686312347
 

ENTIDAD COLABORADORA:
 Excmo. Ayuntamiento de Gátova
 Plaza Pais Valenciano 1. 46169 Gátova (Valencia)
 Tel.: 964126001 Fax: 964126161
 

Dimensión ambiental

Enfoque de gestión de efluentes y residuos (GRI-306)

La mayoría de los residuos generados en las cocinas en sala, siendo en menor medida los generados en almacén y oficinas. Se realiza una separación selectiva de aceite de freidoras, cartón y papel, vidrio, envases (latas, plásticos) y basura general, siendo depositados en los contenedores municipales correspondientes para su gestión a través de los servicios municipales de residuos de cada municipio en el que se trabaja. Únicamente el aceite usado de las freidoras es gestionado a través de un gestor específico autorizado y que retira el aceite de forma periódica para su reciclaje.

No se está segregando en la actualidad el residuo orgánico, ante la dificultad de separarlo de forma exhaustiva del resto de la basura, gestionándose como basura general al ir mezclado con otros componentes.

Se han implantado medidas de compra sostenible con el fin de minimizar la generación de residuos, siendo los materiales de embalaje en su mayoría reciclables. Se han eliminado los plásticos de envases de comidas para llevar, vasos, pajitas, bolsas, etc.

En el caso del desperdicio alimentario, se minimiza su generación aprovechando productos de temporada, excedentes de cocina y planteando platos para productos cuya fecha de caducidad esté cercana. En el caso de excedentes, se plantea para 2022 la donación de alimentos. Se ha redactado un protocolo para la minimización del desperdicio alimentario (Protocolo para la Minimización del Desperdicio Alimentario)

Residuos por tipo y método de eliminación (GRI-306-2)

En 2021 se ha iniciado el seguimiento de los residuos por tipo, no contándose con datos de periodos anteriores. En algunos casos es imposible determinar la cantidad de residuo generado en kg, por lo que se contabilizará en unidades. Todos los residuos son depositados en contenedores de reciclaje municipales, con excepción del aceite de freidoras que es retirado por un gestor autorizado.

Residuos	Año 2021
Basura general	12249,98 Kg
Aceite cocina usado	855,40 L
Tapones de corcho	10461 Ud
Vidrio: Botellas 70/75 cL	2292 Ud
Vidrio: Botellas 33/37 cL + botes	1308 Ud
Vidrio: Botellas 33/37 cL + botes	1309 Ud
Bandejas Poliespan	440 Ud
Latas conservas	449 Ud
Cajas cartón diferentes tamaños	5715 Ud
Cajas Servilletas papel	57140 Ud
Rollos papel	324 Ud
Manteles papel	35500 Ud
Servicios papel	187100 Ud
Otros elementos de papel y cartón	1326 Ud

Dimensión ambiental

Enfoque de gestión del cumplimiento Ambiental (GRI-307)

CASA MONTAÑA pone todos los mecanismos a su alcance para el estricto cumplimiento de la legislación ambiental que le es de aplicación.

Valor monetario de las multas significativas o sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación Ambiental (GRI-307-1)

Durante el año 2021 no se han abonado multas ni se han producido sanciones por incumplimiento de la legislación ambiental.

Enfoque de gestión de la Evaluación ambiental de proveedores (GRI-308)

El sistema de gestión de calidad Q implantado y certificado establece los requisitos en base a los cuales se evaluarán los proveedores, seleccionándose por motivos ambientales, priorizándose la agricultura ecológica, el km 0 y los productos con etiquetado ecológico, tal y como se ha descrito en la presente memoria.

Nuevos proveedores que fueron seleccionados con criterios ambientales (GRI-308-1)

En 2021 se han seleccionado los siguientes proveedores nuevos con criterios ambientales:

VINOS NATURALES Y ECOLÓGICOS	TINTAS IMPRESORA	AGRICULTURA:
Heretat Ollder del mas S.L.U.	Ecotisa	Francesca Marongiu
Cultivo uvas ecológicas y vinos afines		Agricultura Creativa
Agricultura Falset – Marça y secció de credit Afalma		
Viticultores Neleman, S.L		
Pedro Masana (Bodegas Pedro Masana)		

Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas adoptadas (GRI-308-2)

No se tiene constancia de que se hayan producido impactos ambientales negativos en la cadena de suministro.



11. Dimensión social GRI 400



401 EMPLEO

402 RELACIONES TRABAJADOR-EMPRESA

403 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

404 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA

405 DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

406 NO DISCRIMINACIÓN

413 COMUNIDADES LOCALES

414 EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES

Dimensión social (GRI 400)

Enfoque de gestión sobre el empleo (GRI-401)

Nuevas contrataciones y rotación media de empleados (GRI-401-1)

CASA MONTAÑA tiene una política de estabilidad en la plantilla fija, que se refleja en el alto número de contratados fijos. El 100 % de trabajadores están acogidos al convenio colectivo de la hostelería.

	Año 2020		Año 2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Plantilla (nº de trabajadores en la empresa)	11	15	8	15
Empleados con contrato indefinido (nº)	10	15	7	13
Empleados con contrato temporal (nº)	1	0	1	2
Empleados cubiertos por convenio colectivo	1	1	1	1
Plantilla con alguna discapacidad	0	0	0	0

DESGLOSE PLANTILLA POR TRAMOS DE EDAD	2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Menor de 25 años	1	2	2	2
Entre 26 y 35 años	2	2	1	2
Entre 36 y 45 años	8	6	4	7
Mas de 45 años	1	4	1	4
Edad media (años)	38,2	40,5	41,8	39,6

Enfoque de gestión de las relaciones trabajador-empresa (GRI-402)

Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales (GRI-402-1)

Los trabajadores están dentro de un convenio colectivo, con lo que les aplica un período de comunicación de 15 días ante cambios organizativos sustanciales.

Dimensión social (GRI 400)

Enfoque de gestión Salud y Seguridad en el trabajo (GRI-403)

Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo (GRI-403-1)

Se establece en el Plan de Prevención de Riesgos Laborales y el correspondiente cumplimiento de la normativa legal, vigente, aplicable. Nuestro objetivo actual es ir un paso más allá y lograr integrar en nuestro sistema de gestión una cultura preventiva real y eficaz, de manera que fortalezca la seguridad y la promoción de la salud. Para ello, debemos potenciar nuestro sistema de participación y diálogo, y evitar el lenguaje impositivo e imperativo, ya que apostamos por la proactividad y la comunicación estratégica.

Los objetivos principales son:

- ✓ Garantizar un entorno de trabajo más seguro, con 0 accidentes.
- ✓ Disminuir las bajas laborales.
- ✓ Fomentar la prevención.
- ✓ Mantener 0 sanciones administrativas.

Tanto el servicio de prevención externo, como los procedimientos internos garantizan el cumplimiento de los contenidos 403-2 a 403-5, estando los trabajadores formados en riesgos laborales y manipulación de alimentos.

INDICADORES DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL	2020		2021	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Plantilla (Nº de personas en la empresa)	10	14	8	15
Horas trabajadas	no dato	no dato	no dato	no dato
Accidentes con baja (graves/leves)	0	1	0	4
Accidentes sin baja	0	0	0	0
Accidentes mortales	0	0	0	0
Enfermedades profesionales	0	0	0	0
Días perdidos por accidentes	0	58	0	29

Dimensión social (GRI 400)

Enfoque de gestión Formación y educación (GRI-404)

Media de horas de formación al año por empleado (GRI-404-1)

FORMACIÓN	2020	2021
Horas de formación	no dato	411
Horas por empleado en plantilla	no dato	17,87
Número de cursos gestionados	15	18

Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición (GRI-404-2)

La Q de Calidad requiere de un plan de formación continuada, para lo cual desarrollamos semestralmente un calendario de actividades formativas (no obligatorias) de diferente índole, ya sea en relación al servicio de alimentos y bebidas, gestión de clientes, RR. HH., idiomas y aquellos que sean solicitados por el personal. Dicho plan de formación se extiende a estudios de Máster, cursos cortos e inclusive jornadas. Se encuentran a disposición libros, manuales y guías. Como herramienta interna esencial, se hace entrega del Manual de Organización y Procedimientos para la formación específica que requiere el personal de CASA MONTAÑA, el cual incluye tutoriales y explicaciones detalladas respecto del uso de programas y dispositivos electrónicos.

Tras la realización de una actividad formativa, cada responsable evaluará la mejora en las destrezas o capacidades de los asistentes a los cursos de formación.

Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional (GRI-404-3)

Debido al tamaño de CASA MONTAÑA, la evaluación de los trabajadores es directa y continua, no necesitándose programas específicos para ello.



Dimensión social (GRI 400)

Enfoque de gestión sobre diversidad e igualdad de oportunidades (GRI-405)

En CASA MONTAÑA se mantiene la política basada en la igualdad de oportunidades, la no discriminación por causas o creencias personales y promueve la ocupación de todos los trabajadores, teniendo una contratación similar de hombres y mujeres. Se han planteado una serie de objetivos para 2022 relacionados con la igualdad de género que se han plasmado en el Plan de Sostenibilidad, entre los que destaca la redacción de un Plan de Igualdad.

El 100% de los empleados cuentan con flexibilidad en los días de vacaciones o días de permiso; el 22% disfruta de la jornada reducida; el 100% tiene flexibilidad horaria por motivos familiares y formativos.

Enfoque de gestión No discriminación (GRI-406)

Al igual que en el apartado anterior, CASA MONTAÑA mantiene una política basada en la no discriminación por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión, política, origen, condición social, discapacidad, estado civil, orientación sexual o cualquier condición del individuo que no guarde relación con los requisitos para desempeñar su trabajo. El 48% de los trabajadores son nacidos en España. El 52% se compone por tres procedentes de Rumanía, dos de República Dominicana y uno de cada uno de los siguientes países: Italia, Colombia, Argentina, Francia, Panamá, Venezuela y Argelia.

Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas (GRI-406-1)

No se han detectado incidentes relacionados con la discriminación.



Dimensión social (GRI 400)

Enfoque de gestión sobre comunidades locales (GRI-413)

CASA MONTAÑA se encuentra muy integrada en el barrio donde está ubicada, en la zona del Canyameler - Cabanyal junto al puerto de València. Prueba de ello es el gran número de colaboraciones con entidades de la zona que se realizan y que se detallan en la presente memoria.

Operaciones con impactos significativos reales y potenciales en comunidades locales (GRI-413-2)

Destaca como impacto positivo el generado sobre los proveedores locales, adquiriéndose productos de km 0, tal y como se ha detallado en puntos anteriores de la presente memoria.

Enfoque de gestión de evaluación social de los proveedores (GRI-414)

Se dispone de un procedimiento para la evaluación anual de los proveedores, si bien se han tenido en cuenta criterios de calidad y de sostenibilidad ambiental, no evaluándose según criterios sociales distintos del criterio de cercanía. (GRI-414-2).

Nuevos proveedores que fueron seleccionados con criterios sociales (GRI-414-1)

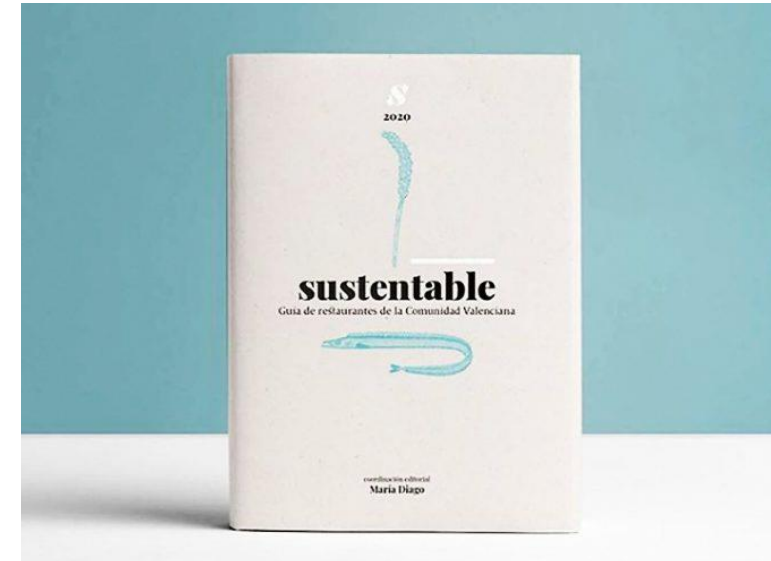
Anualmente se evalúan los proveedores según criterios de prestación de servicio, calidad, cercanía y contribución a la sostenibilidad ambiental, no habiéndose seleccionado por criterios sociales.



Dimensión social (GRI 400)

APORTACIÓN HUMAN FEST MECENAZGO, A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN POR LA JUSTICIA

Patrocinio para promoción, difusión y formación sobre los Derechos Humanos y la violación de los mismos. Junto a la "Fundación por la Justicia" y "Festival Human Fest".



GUIA SUSTENTABLE

La guía que evalúa la sostenibilidad ambiental y la materia prima de proximidad nos incluye en sus páginas

EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA DE MARIA JOSE COLOMER DE SEMANA SANTA MARINERA

Divulgación de la histórica y tradicional "Semana Santa Marinera del Cabañal".



APORTACION COFRADIA DEL BARRIO

Colaboración para el mantenimiento de la Cofradía y la procesión histórica y tradicional de la "Semana Santa Marinera del Cabañal", con cruce del Cristo en la esquina de nuestro establecimiento



APORTACIÓN PACK MARISCAL PARA RIFA DEL CABANYAL INTIM

Colaboración para recaudación de fondos para la financiación del festival que promueve el barrio, el arte y la cultura



VIDEO CERO DESPERDICIOS PARA VALENCIA PREMIUM-VCF 2021

Vídeo divulgativo de cómo llevar a cabo gran variedad de platos empleando hasta la última parte de la materia prima, para evitar el desperdicio de comida



Dimensión social (GRI 400)



COLABORADORES EN LA GUÍA "MENJAR SEGUR" DE LA GVA DESDE 2020

Colaboración en la creación de una Guía de Prácticas de higiene para el autocontrol y el desarrollo de un sistema de puntuación de los establecimientos de restauración, para garantizar la calidad y seguridad en los establecimientos de València. Concejalía de Salud y Consumo del Ayuntamiento de València y la Conselleria de Sanidad Universal y Salud Pública, en colaboración con la FEHV.

APORTACION COMO SOCIOS COLABORADORES APOSTEM (FUNDACION SOLIDARIA PUERTO)

Socios colaboradores con asociación que ayuda a familias en riesgo de exclusión en los barrios del puerto. Intervienen en educación, salud, ropa, etc.



MONTAÑA SELECCIÓN S.L.

C/ José Benlliure, 69 bajo

Valencia

(España)

Tel. (+34) 963 672 314

calidad@emilianobodega.com

www.emilianobodega.com

Con el asesoramiento de **masuno**