Memoria de Sostenibilidad 2025_Ed.01

casamontaña
DESDE 1836

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

Índice

1 **Organización, actividades y servicios**. PÁG.- 3

2 **Materialidad**. PÁG.-21

3 **Plan de Sostenibilidad.** PÁG.- 31

4 **Dimensión económica**. PÁG.- 37

5 **Dimensión ambiental**. PÁG.- 42

6 **Dimensión social.** PÁG.- 52

7 **Conclusiones.** PÁG.- 63

8 **Principios para la elaboración del informe.** PÁG.- 66

9 **Índice GRI**. PÁG.- 68

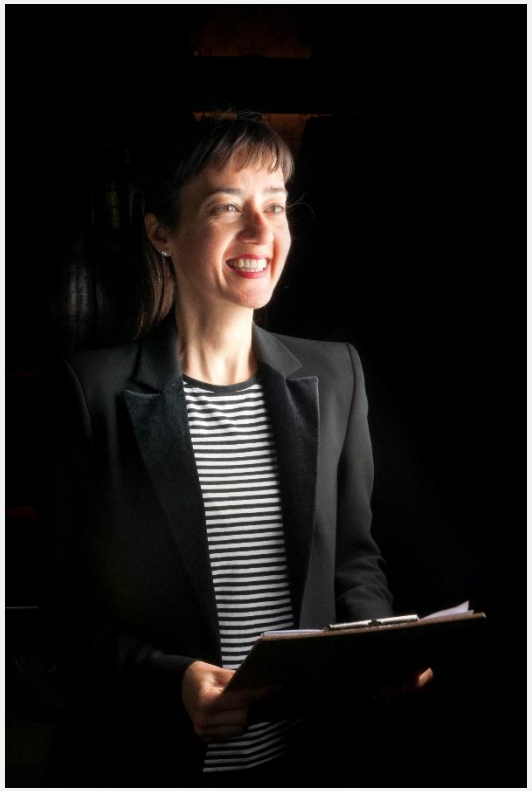
10 **Índice de indicadores entidades valencianas socialmente responsables.** PÁG.- 74

Valencia (España). Octubre de 2026

Con el asesoramiento de masuno

1. Organización, actividades y servicios

casamontaña
DESDE 1836



Nuestra historia (GRI-2-9)

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.



Quienes somos

Nombre de la organización (GRI-2-1) (GRI-2-2)
Razón social: MONTAÑA SELECCIÓN S.L.

Denominación comercial: CASA MONTAÑA

Propiedad y forma jurídica (GRI-2-1) (GRI-2-2)
CASA MONTAÑA está constituida por la Sociedad Limitada constituida conforme a la legislación aplicable.





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

Casa Montaña, fundada en 1836, siempre ha sido una empresa de carácter familiar relacionada con la gastronomía y de forma muy directa con la ciudad de Valencia, especialmente con el barrio marítimo del Cabanyal - Canyamelar. En sus inicios, en su papel de ultramarinos, abastecía de aceite, vinos y licores a vecinos y marineros que convivían en los poblados marítimos de la ciudad, así como a los diferentes barcos que atracaban en su puerto. Actualmente, es un restaurante especializado en tapas, vinos y licores.

En este último periodo se destaca especialmente el valor que Casa Montaña otorga al mar y a la huerta valenciana. La carta del restaurante ha variado en función de la estacionalidad de los ingredientes seleccionados, primando la proximidad y la temporalidad de los productos. Se considera además un valor añadido incorporar productos de calidad diferenciada (con IGP) siempre que sea posible, así como priorizar la producción ecológica e incluir variedades agrícolas autóctonas. Para dar valor también a la gran variedad de producto de mar disponible en la costa valenciana, se ha preferido centrar la oferta a los pescados y mariscos de proximidad.

Casa Montaña mantiene también como carácter diferenciador una extensa carta de vinos (aproximadamente 600 referencias), con vinos nacionales e internacionales, dedicándole un peso especial a los vinos valencianos. *Virgulilla Blanc*, *Virgulilla Negre* y *Montaña Selección* son los vinos de marca propia elaborados en Moixent, Enguera y Utiel-Requena respectivamente. A su vez, Casa Montaña también tiene bajo la marca *Virgulilla* un AOVE valenciano 100% Grossal.

Dónde estamos y dónde llegamos

Ubicación de la sede social y Ubicación de las operaciones (GRI-2-1) (GRI-2-2)

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



Gobernanza

Estructura de gobernanza (GRI-2-9) (GRI-2-14) (ET1) (ET2) (ET3) (ET4)(SL7)

CASA MONTAÑA es una sociedad limitada. La dirección de la empresa es ostentada por los hermanos Alejandro y María García, responsables finales de la toma de decisiones en los diferentes ámbitos (económico, social y ambiental), teniendo siempre en cuenta las opiniones y los conocimientos de los distintos responsables de la empresa.

Los departamentos de los que se compone CASA MONTAÑA están todos coordinados. Esta coordinación se basa en relaciones de dialogo y confianza a todos los niveles, así como en el compromiso ético, social, económico y ambiental adquirido por todo el equipo.

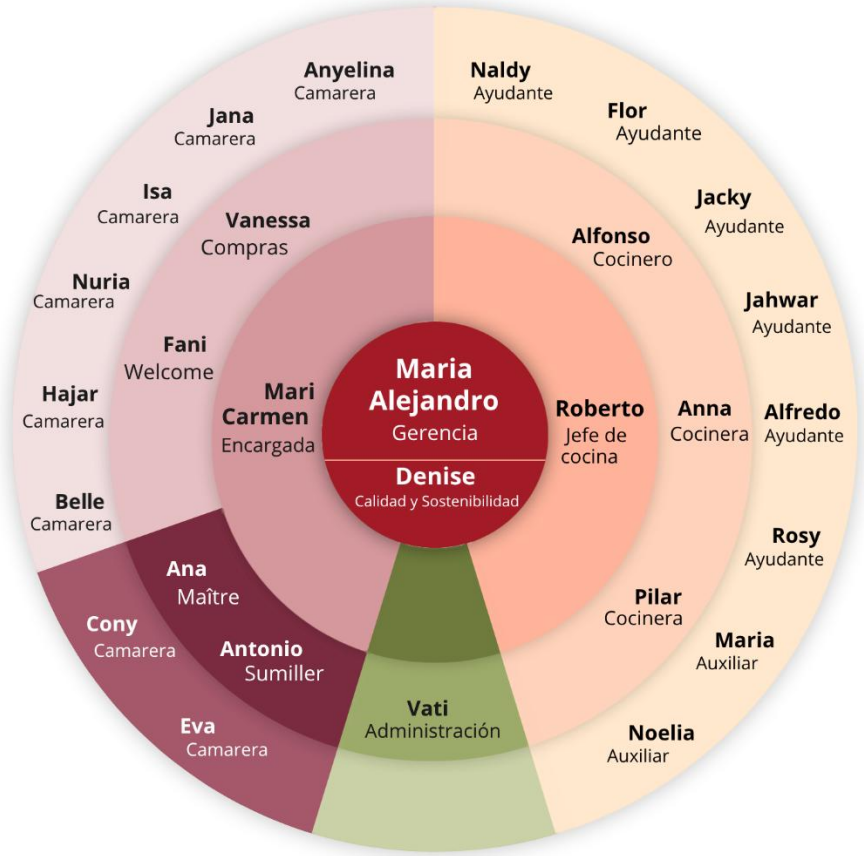
Los responsables de los departamentos tienen facultad para actuar libremente según la estrategia de la Dirección y las directrices de gestión, en el ámbito de la organización del propio departamento, respetando a los otros departamentos con los que interactúan o a les que pueden afectar sus decisiones.

De forma semanal se reúne la Dirección con los responsables de cada departamento para realizar el seguimiento de las actividades, así como para establecer las líneas de trabajo a seguir.

La evaluación del desempeño de CASA MONTAÑA en el ámbito financiero se realiza mediante auditoría de cuentas anuales.

La supervisión de la gestión de los impactos sobre el medioambiente y las personas se realiza, entre otros, a través de la Memoria de Sostenibilidad, con periodicidad anual. Está será verificada por entidad externa en las auditorías de la S Sostenibilidad anualmente.

A continuación, se presenta el organigrama de CASA MONTAÑA con fecha de actualización 20/08/2026.



Comité de Sostenibilidad

Estructura de gobernanza (GRI-2-9) (GRI-2-14) (ET1) (ET2) (ET3) (ET4)(SL7)

El Comité de Sostenibilidad de CASA MONTAÑA, actualizado, está constituido por:

- Alejandro García Llinares. Dirección.
- María García Llinares. Dirección.
- Denise Kupervaser. Calidad y Operaciones.
- Roberto Lozano Amat. Jefe de Cocina.



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. Cumplimentar 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.

Nuestro equipo

El equipo de CASA MONTAÑA

Todo el personal que compone el equipo de CASA MONTAÑA son elementos clave para el desempeño de nuestra actividad, a través de ellos transmitimos nuestra cultura empresarial y nuestros valores. Todos ellos son nuestros mejores embajadores.



Valores, principios, estándares y normas de conducta

Valores, principios, estándares y normas de conducta (GRI-2-22)(GRI-2-23)

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.





Políticas y compromisos (GRI-2-13) (GRI-2-16) (GRI-2-23) (GRI-2-24) (ET-5)

Política de Calidad y Sostenibilidad de Casa Montaña.

A continuación, se incluye la Política actualizada.

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.
- Seleccionar minuciosamente a 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, 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.
- Renovar las certificaciones de calidad y sostenibilidad.

Políticas y compromisos (GRI-2-13) (GRI-2-16) (GRI-2-23) (GRI-2-24) (ET-5)

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 Canyamelar-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.

Cumplimiento de la legislación

Cumplimiento de la legislación y las normas de aplicación que afectan a la actividad (GRI-2-27) (ET10) (ET11) (ET16) (ET21) (ET22) (AM6)

CASA MONTAÑA vela por el cumplimiento de la legislación en todos sus aspectos.

Las cuentas anuales de CASA MONTAÑA son de carácter público, si bien no se realiza su publicación en su página web.

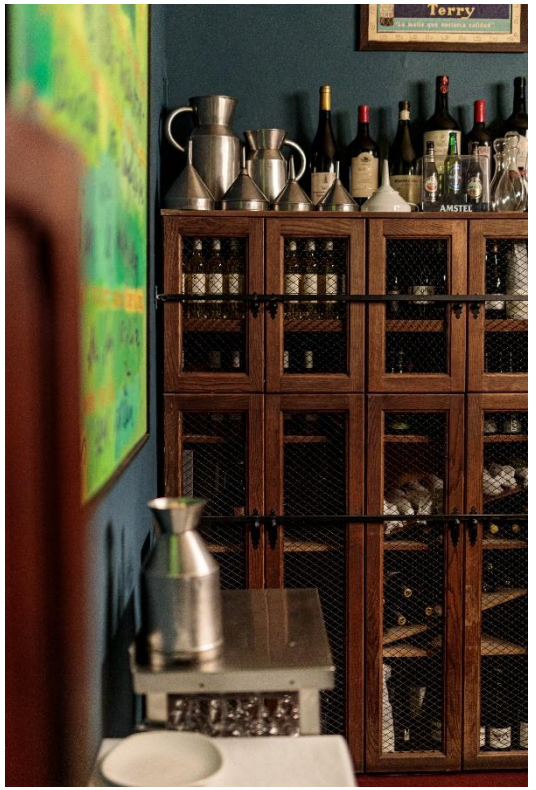
CASA MONTAÑA considera como casos de incumplimiento significativo a todas las desviaciones de normativas o legislación, independientemente del tipo y relevancia.

CASA MONTAÑA publica en su página web la Memoria de Sostenibilidad, siendo accesible a todos los grupos de interés.

CASA MONTAÑA pone todos los mecanismos a su alcance para el estricto cumplimento de la legislación que le es de aplicación, el sistema de gestión implantado y certificado contempla la identificación y evaluación de cumplimiento de los requisitos legales de aplicación.

Durante el año 2024 no se han abonado multas ni se han recibido sanciones por incumplimiento de la legislación ambiental.





Tamaño de la organización (GRI-2-6)

Tamaño de la organización (GRI-2-6)

FACTURACIÓN ANUAL

La cifra de facturación de CASA MONTAÑA ha aumentado considerablemente durante los últimos años, garantizando un incremento sostenible.

TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN	2022	2023	2024	2025
Facturación anual (€)*	1.786.694	1.957.126	2.079.136	2.259.549
Facturación por cliente (€)**	34,71	36,83	37,95	40,46

*Ventas totales (€)
**Ventas totales expresadas en volumen (€)

CAPITALIZACIÓN TOTAL DESGLOSADA EN TÉRMINOS DE DEUDA Y CAPITAL

Comparando con el año 2022, las deudas se han reducido de forma significativa, mientras que el patrimonio neto ha ido incrementándose.

CAPITALIZACIÓN EN TERMINOS DE DEUDA Y CAPITAL	2022	2023	2024	2025
Deudas a largo plazo (€)	229.446	143.404	86.042	0
Patrimonio neto (€)	1.061.492	1.224.903	1.382.429	1.808.902

Nº Clientes	2022	2023	2024	2025
Nº Tickets	23.982	21.975	21.279	22.337

VENTAS TOTALES	2022	2023	2024	2025
Ventas totales (€)	1.786.694	1.957.126	2.079.136	2.259.549
Nº tickets	23.982	21.975	21.279	22.337
Ventas totales expresadas en volumen (Nº tickets)	74,50	89,06	97,70	101,16

Cadena de suministro

Gestión de proveedores (GRI-2-6) (GRI-204-1) (ET19)

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 de cercanía (Canyamelar - Cabanyal)

CASA MONTAÑA apoya al comercio local. Se pretende contribuir a la reducción del uso de combustible en el transporte, así como potenciar una economía circular y más solidaria. Se tienen en cuenta como criterios de valoración el desarrollo sostenible, el cuidado del medio ambiente, el comercio justo y el compromiso ético con los productores y artesanos de nuestro entorno. Se prioriza el consumo en su zona de influencia, combinándolo con la selección de los productos de calidad. Destacan entre los proveedores situados en el barrio en donde CASA MONTAÑA desarrolla su actividad: AVES Y HUEVOS TORRES, CENTRAL TEJERO PESCADO, CRIS ADAM, FRUTAS DESIRÉE, FRUITS SECS, LA BOTIGA DE L'OU, LES HERBETES, WOODYLOOP, UNIFORMES LIBRA, MULTIAPARCAMIENTOS, REPROGRAFÍA LA MARINA, TALLER DE HELMO, GAVINGEST OBRAS, JOAQUIN SORIA, ENERCOVAL ELECTRICISTA, OLIVIA DE MALTA.

Proveedores	2022	2023	2024	2025
Pago materias primas (€)	770.722	755.452	825.179	878.948
Nº Proveedores	142	138	110	129

PLAZO MEDIO DE PAGO A PROVEEDORES			
	2023	2024	2025
Saldo medio de acreedores comerciales	4.426 €	10.138 €	97.291 €
Compras netas y gastos por servicios exteriores	997.214 €	1.052.173 €	1.059.881 €
Ratio	0,005	0,01	0,09

Cadena de suministro (GRI-2-6) (GRI-204-1) (SL43) (ET17) (ET19)

PRODUCTOS DE MAR EN CARTA SEGÚN TEMPORADA
Anguila ahumada
Ostra
Canailla
Sardina
Boquerón
Huevas de sepia
Gamba blanca
Gamba roja
Sepionet
Sepieta
Puntilla
Sepia
Clóchinas
Caballa
Bacalao
Caviar

Proyecto "Entre el mar y la huerta" – Productos KM 0

El vínculo de la cocina de CASA MONTAÑA con el territorio se afianza progresivamente. El objetivo es acercarse cada día más al mar y a la huerta, variando la oferta gastronómica y potenciando el carácter marinero del barrio, a través del fácil acceso al pescado y al marisco de la Lonja. Se respeta el ciclo propio y la temporada de cada producto. Se incluyen variedades agrícolas tradicionales recuperadas y se dinamiza la carta en función de la estacionalidad de los ingredientes seleccionados. Además, la cocina rinde homenaje a los clásicos y respeta el recetario valenciano con elaboraciones tradicionales y populares de la gastronomía valenciana.

km. 0 Productos locales

AGRICULTURA ECOLÓGICA COMITÉ ES-ECO-020-CV COMUNITAT VALENCIANA

Proyecto "Vuelta a las raíces"

VUELTA A LAS RAÍCES

CASA MONTAÑA ha colaborado con el Servicio de Producción Ecológica de la GVA y la Fundación Global Nature, apostando por el Plan de Diversidad Agraria de la CV, con el fin de preservar los recursos fitogenéticos de la CV, y por lo tanto, el patrimonio agrícola. Para ello, se busca incorporar en las elaboraciones aquellas variedades "olvidadas", generando así un nicho de mercado para las especies en peligro de extinción o una demanda que fomente su cultivo y recuperación.

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 productos con **certificado CAE-CV** son: variedad de verduras de temporada, huevos frescos, vinos tranquilos y espumosos, ginebras y destilados, AOVE y variedad de frutas de temporada.

Cadena de suministro (GRI-2-6) (GRI-204-1) (SL43) (ET17) (ET19)

Materiales y equipos certificados

CASA MONTAÑA selecciona los productos siempre que sea posible en base a su carácter ecológico. Se valoran los etiquetados ecológicos y las certificaciones de calidad como criterios prioritarios.

- SERVILLETAS P/CUBIERTOS: Compost y Certificado FSC para fomentar el consumo responsable y la gestión de bosques sostenibles.
- SECAMANOS AUTOCORTE: Certificado Ecolabel - Etiqueta Ecológica Europea para productos ecológicos y respetuosos con el medio ambiente.
- ENVASES PARA LLEVAR ECOLOGICOS: Formado con película de PE (polietilieno) para evitar que filtren soluciones acuosos y grasas.
- 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…
- EQUIPOS FRIGORÍFICOS DE COCINA: Mesa refrigerada Infrico con gas refrigerante R-290M con excelentes propiedades termodinámicas que conducen a una alta eficiencia energética. Tiene cero potencial de agotamiento de ozono, es ecológico y respetuoso con el MA. Permite un ahorro energético de un 10 a un 20%. Clasificación energética B.
- COCINA A GAS: Fabricante Electrolux Professional Modelo 371001 - ahorro de gas
- FRY TOP GAS: Fabricante Electrolux Professional Modelo 371038 - ahorro energético
- PARRILLA GAS LAVAVOLCÁNICA: Fabricante Electrolux Professional Modelo 371044 - eficiencia de combustión
- PRODUCTOS QUÍMICOS: EMAS, DIN EN ISO 14001, ISO 5001, An AISE voluntary sustainability initiative, ISO 9001. En algunos casos Cradle to Cradle Gold, European Ecolabel, DIE UMWELTBERATUNG. Susitución de gran parte por equipo de ozono en agua para la limpieza de superficies.

Cadena de suministro (GRI-2-6) (GRI-204-1) (SL43) (ET17) (ET19)

Productos y proveedores certificados

Debido al sistema de gestión de calidad implantado en CASA MONTAÑA, en la actualidad gran parte de los proveedores poseen certificaciones de gestión de calidad y/o ambiental (ISO 9001 – ISO 14001). Un ejemplo significativo que lleva casi 10 años en carta es el atún rojo calidad BALFEGÓ, certificado por AENOR en relación a la sostenibilidad medioambiental, la trazabilidad, la autenticidad y las buenas prácticas de manipulación relativas a anisakis en toda la actividad que desarrolla tanto en el mar como en tierra.

Cabe destacar, que también se eligen alimentos con Denominación de Origen (DOP) e Indicación Geográfica (IGP) como la Alcachofa de Benicarló, el Kaki de la Ribera del Xúquer y Cítricos valencianos. Puntualmente se consume la Chufa de Valencia para menús degustación. Además, la carta de vinos consta de un total de 100 referencias de la Comunitat Valenciana incluyendo las DOP Alicante, Chozas Carrascal, El Terrerazo, Los Balagueses, Utiel Requena, Valencia, Vera de Estenas y también la IGP Castelló. En cuanto a licores, se cuenta con la IGP Alcoy, Alicante y Sierra Mariola.

Para valorar la materia prima de calidad, CASA MONTAÑA selecciona también proveedores con sello de producto natural / producto artesano: QUESERÍA ARTESANA LOS CORRALES, MEMBRILLO DRYCER, PAGO DE THARSYS, CHOZAS CARRASCAL, AHUMADOS SABALL, SELEXVAL. También, proveedores con certificados de origen CV como LICORES SINC SA.

Cambios significativos

Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro

AMPLIACION Y MEJORA DE INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTOS

CASA MONTAÑA ha realizado las siguientes mejoras en el 2025:

- Cambio de la sala privada “despacho”: pintura, mobiliario, iluminación, decoración
- Colocación de ventiladores invierno y verano
- Sustitución de cafetera a cápsulas por una semiautomática de molienda de granos (de especialidad)
- Incorporación de lámparas recargables con luz cálida para determinados eventos.



Se tiene previsto realizar las siguientes mejoras en 2026:

- Colocación de hierros en la bodega para el almacenaje de los vinos de elaboración propia.
- Reforma total de los aseos e incorporación de AA
- Cambio de lavavajillas y equipo de osmosis y descalcificador
- Modificaciones en zona barra para facilitar el trabajo (cuestiones de fontanería y presión del agua)
- Cambio de suelo en zona barra
- Cambio de suelo zona cocina
- Incorporación de una vitrina para la exposición del producto de mar
- Reorganización de maquinaria y cambio de serpentín (y de su localización)
- Reparación de la escalera, cambio de barra e iluminación. Pulido de escalones y cambio de azulejos
- Instalación toma de cafetera.
- Mantenimiento de mesas.
- Reparación parabanes

Alianzas

Afiliación a asociaciones (GRI-2-28)

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.

2. Materialidad



casamontaña
DESDE 1836

Temas materiales

Temas materiales (GRI-3-1) (ET6) (ET7) (ET8)

Para definir la materialidad, el Comité de Sostenibilidad de CASA MONTAÑA, con el asesoramiento externo de MASUNO SOLUCIONES, S.L., ha seguido este proceso:

1. Identificación de los aspectos más relevantes en sostenibilidad a partir del análisis del entorno (DAFO), de los riesgos de la actividad, incluidos los de la cadena de suministro, y de las necesidades y expectativas de los grupos de interés.
2. Identificación de los impactos positivos y negativos de cada aspecto («subtemas») y agrupación de los subtemas en los temas materiales de los Estándares GRI, para que el resultado se relacione directamente con la información de esta memoria.
3. Evaluación de los impactos, de los riesgos y oportunidades para la empresa y de la relevancia para los grupos de interés, según la metodología que se resume en la página 26.
4. Selección de los temas materiales que alcanzan la puntuación mínima fijada en la metodología y priorización de los ODS relacionados, que son la base del Plan de Sostenibilidad.
5. Definición de acciones para mitigar los principales riesgos materiales a corto, medio y largo plazo.

CASA MONTAÑA centra su actuación en los temas materiales con mayor puntuación. Siempre que su capacidad de influencia y sus recursos lo permitan, también trabaja sobre otros temas que, sin haber sido priorizados, considera oportunos.

Participación de los grupos de interés

Nuestros grupos de interés (GRI-2-29) (GRI-3-1)

Son grupos de interés de CASA MONTAÑA las personas y colectivos que pueden influir en sus decisiones o a los que estas afectan. El Comité de Sostenibilidad ha analizado sus necesidades y expectativas y las ha relacionado con los ODS. En 2025 no ha habido cambios respecto al año anterior. Estas son, en síntesis, sus principales expectativas:

Grupo de interés	Qué espera de CASA MONTAÑA
Propiedad y dirección	Crecimiento sostenido, reputación de empresa responsable y un equipo motivado que comparta la filosofía de la casa.
Personas trabajadoras	Estabilidad, buen ambiente, conciliación, igualdad, formación y medios para trabajar de forma segura.
Clientes locales	Calidad, producto de cercanía, trato cercano, precio justo, atención en valenciano y opciones para restricciones alimentarias.
Clientes no locales (turismo)	Conocer la gastronomía valenciana, producto ecológico y de proximidad, atención en varios idiomas e información accesible.
Proveedores	Una relación comercial estable, pedidos y pagos en plazo y la apuesta por producto local, de temporada y certificado.
Vecinos	Respeto, pocas molestias, empleo y compras en el barrio y defensa de sus tradiciones y de su patrimonio.
Propietario del local	Cumplimiento del contrato, mantenimiento y mejora de las instalaciones.
Administración pública	Cumplimiento legal (sanitario, ambiental y fiscal), buena gestión de residuos, ahorro de recursos y empleo de calidad.
Asociaciones empresariales y colaboradores	Cumplimiento de los compromisos y promoción de prácticas éticas y del producto autóctono, del mar y de la huerta.
Asociaciones y sociedad	Riqueza y empleo en la zona, información sobre el desempeño, compensación de la huella de carbono y donaciones.
Competencia	Competencia leal, transparencia y colaboración para impulsar la gastronomía valenciana y el barrio.
Entidades financieras	Solvencia, estabilidad financiera y cumplimiento de los compromisos.

El análisis completo de necesidades, expectativas y ODS relacionados está en el registro de partes interesadas del sistema de gestión.

Participación de los grupos de interés

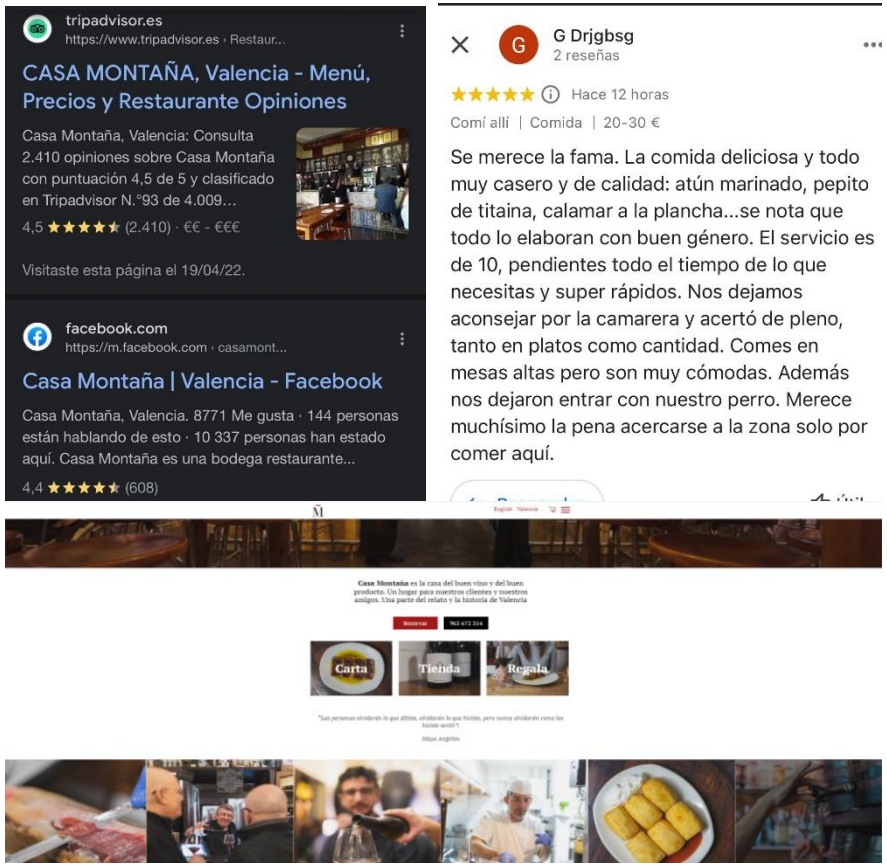
Comunicaciones (GRI-2-29 (GRI-2-16) (GRI-2-25) (GRI-2-26)) (GRI-3-1) (SL28)

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, desde el año pasado, a través de la presente memoria, que es de carácter público.









Prácticas para la elaboración de informes

Entidades incluidas en los estados financieros consolidados

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

Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema

La memoria de sostenibilidad se ha realizado conforme a la información y los indicadores establecidos en la guía de referencia del **"GRI STANDARS"** 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 trabará sobre los temas materiales y ODS que sin haber sido priorizados se considere oportuno.

La metodología de evaluación de la materialidad y de priorización de ODS **no ha sufrido variación** con respecto a la Memoria 2024.

Selección de temas materiales

Metodología de selección de temas materiales y priorización de ODS (GRI-3-1)

Impactos

Cada aspecto se valora como impacto negativo (gravedad, dificultad de corrección y probabilidad) o positivo (relevancia, facilidad de influencia y frecuencia), en una escala de 1, 5 o 10 puntos. Se priorizan los impactos más graves o relevantes aunque sean poco probables o poco frecuentes, y se tienen en cuenta las situaciones normales, anormales y de emergencia.

Riesgos y oportunidades para la empresa

Se valora el efecto de cada ODS sobre la reputación, los riesgos financieros y legales, los procesos, la continuidad del negocio, la contratación y retención de personal y la productividad: 10 puntos si supone una oportunidad, 5 si es una amenaza y 0 si no genera riesgo. Se priorizan las oportunidades sobre las amenazas.

Grupos de interés

Se valora la relación de cada ODS con las necesidades y expectativas de los grupos de interés (1, 3 o 5 puntos según sea baja, media o alta). Tienen prioridad los grupos con influencia directa sobre la empresa: dirección, personas trabajadoras, clientes y vecinos.

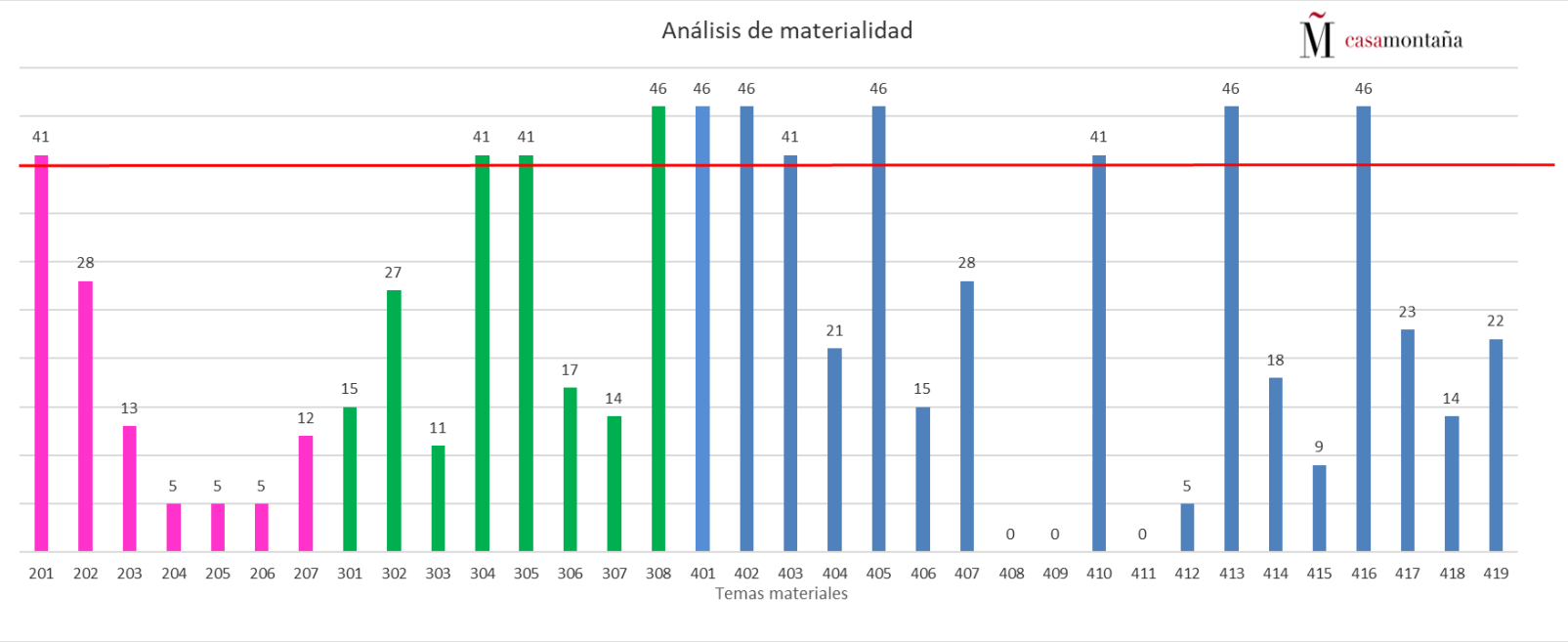
Resultado

Los temas materiales que superan los 40 puntos se tratan en esta memoria, y los ODS relacionados con ellos se priorizan en el Plan de Sostenibilidad. La empresa puede trabajar también otros temas y ODS según su capacidad y sus recursos.

Selección de temas materiales

Lista de temas materiales (GRI-3-2) (ET6) (ET7)

El análisis de materialidad no ha sufrido variación con respecto a la memoria anterior. El corto período de tiempo y el resultado de la revisión del análisis de los grupos de interés y del DAFO hacen que no se detecten variaciones con respecto al período anterior. Los temas materiales prioritarios serán, por tanto, los mismos que en la Memoria anterior.



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

Gestión de riesgos materiales

Principio o enfoque de precaución (GRI-3-3) (ET8)

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. **La evaluación de los riesgos no ha sufrido variación con respecto a la Memoria anterior.**



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

Diagrama 2. Procesos incluidos en Cocina en la producción

Diagrama 3. Proceso de Administración contable y laboral. Comunicación interna (RR.HH.) y externa (RR.PP. y gestión de reservas)

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

1. 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, salmandra, horno, dispensadores de papel y jabón (máquina lavavajillas, hidroalcohólico, lejía alimentaria), envasadora al vacío, lavavajillas, cortadora fiambres, soplete, termómetros, descalcificador, turmix, thermomix, plafones de luz, tubos led, trituradaora orgánico, pelapatatas
2. Utensilios de cocina, materiales, vajilla, afiladores, etc.

1. Equipos y maquinaria: mobiliario de oficina, archivadores, ordenadores, monitores, IPads, cargadores, teclados, ratones, pinganillo, impresoras/fotocopiadora, modems, estanterías, destructora de papel, aire acondicionado, cámaras, máquina perforadora, extintor, cafetera, minibar, extintores, etc

Gestión de riesgos materiales

Gestión de riesgos Materiales (GRI-3-2) (GRI-3-3) (ET6) (ET7) (ET8)

	TEMAS MATERIALES	COBERTURA	ACCIONES PARA LA MITIGACIÓN DEL RIESGO
201	**Desempeño económico**	INTERNA	CONTROL FINANCIERO. AUDITORÍA EXTERNA. GESTIÓN DE LA CALIDAD Q Y S SOTENIBILIDAD
302	**Energía**	EXTERNA	SISTEMA GESTIÓN SOSTENIBILIDAD, CONTROL DE CONSUMOS
305	**Emisiones**	EXTERNA	CÁLCULO Y REGISTRO DE LA HUELLA DE CARBONO
308	**Evaluación ambiental proveedores**	INTERNA	CONTROL DE SUMINISRTROS GESTIÓN DE LA CALIDAD Q Y S SOTENIBILIDAD
401	Empleo		PLAN DE CONTRATACIÓN, CONVENIO, ASESORIA EXTERNA RRHH, CONCILIACIÓN
402	Relaciones trabajador - empresa	INTERNA	REVISIÓN SALARIOS Y PUESTOS DE TRABAJO
403	Salud y seguridad en el trabajo	INTERNA	PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
405	Diversidad e igualdad de oportunidades	INTERNA	COLABORACIÓN DIRECCIÓN - COMITÉ DE EMPRESA - PLAN DE DIVERSIDAD- POLÍTICAS DE CONTRATACIÓN
410	Prácticas en materia de seguridad	INTERNA - EXTERNA	CONTROL APPCC, MANTENIMIENTO INSTALACIONES, MANTENIMIENTO SPI
413	Comunidades locales	INTERNA - EXTERNA	COLABORACIONES CON ENTIDADES LOCALES, PATROCIONIOS, CRITERIO DE COMPRAS KM0.
416	Salud y seguridad de los clientes	INTERNA - EXTERNA	CONTROL APPCC, MANTENIMIENTO INSTALACIONES, MANTENIMIENTO SPI

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 trabaja desde 2022 sobre 9 ODS, como resultado de la evaluación realizada. Para el año 2025 se **mantienen** los mismos ODS:



3. Plan de Sostenibilidad

casamontaña
DESDE 1836

OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE

Plan de Sostenibilidad

Plan de Sostenibilidad 2026

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, como resultado del análisis de materialidad, 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

Consecución de objetivos del Plan de Sostenibilidad 2025

El Comité de Sostenibilidad ha revisado el grado de cumplimiento del Plan de Sostenibilidad 2025, integrado en el plan de acción del sistema de gestión (calidad, sostenibilidad y empresa turística inteligente).

59 de 66 acciones completadas (89 %)

Logros destacados

- Renovación de las certificaciones Q de Calidad Turística y S de Sostenibilidad Turística, y certificación como Empresa Turística Inteligente (UNE 178510).
- Premio a la Trayectoria en Emprendimiento Social del Ayuntamiento de València.
- Huella de carbono de 2024 calculada, inscrita en el MITECO y compensada en su totalidad.
- Formación de ACECOVA a todo el personal de sala y cocina y 20 acciones formativas; toda la plantilla ha participado al menos en una.
- 7 estudiantes en prácticas e incorporación de Bookline para la atención telefónica de reservas.

Eje	Acciones	Completadas	%
Sostenibilidad	47	43	91 %
Calidad	13	12	92 %
Accesibilidad	4	3	75 %
Tecnología e innovación	2	1	50 %
Total	**66**	**59**	**89 %**

Pendiente, que pasa al Plan 2026

- Reforma de los aseos y modernización de instalaciones (cierre de enero de 2026).
- Formación de reciclaje en RCP y desfibrilador (prevista para septiembre de 2026).
- Búsqueda de herramientas digitales: Controliza y la carta de vinos de Winerim se descartan.

Plan de Sostenibilidad

Propuesta del Plan de Sostenibilidad 2026

El Comité de Sostenibilidad ha elaborado el Plan de Sostenibilidad 2026 a partir de la revisión del plan de 2025, del análisis de materialidad y de los resultados de esta memoria. El plan reúne 66 acciones, cada una con su objetivo, responsable, recursos, plazo e indicador, y se integra en el plan de acción del sistema de gestión (calidad, sostenibilidad y empresa turística inteligente). Su seguimiento es semestral. Las acciones se centran en los 9 ODS prioritarios y, de forma complementaria, en los ODS 4, 10 y 11.

Líneas de actuación para 2026

- **Clima y recursos:** calcular e inscribir la huella de carbono de 2025, volver a un suministro eléctrico 100 % renovable con garantía de origen y reducir los residuos.
- **Instalaciones:** reforma integral de los aseos y de la barra, climatización y renovación de equipos (inversión aproximada de 67.000 €).
- **Digitalización y accesibilidad:** Proyecto Omedes para integrar las herramientas digitales y reserva online accesible con CoverManager.
- **Personas:** una acción formativa al año por persona, reciclaje en RCP y desfibrilador, conciliación y bienestar del equipo.
- **Cliente y producto:** mantener la puntuación media de 4,6 en Google, ampliar la oferta vegetariana, vegana y sin gluten y reforzar el producto ecológico y de proximidad.
- **Certificaciones y entorno:** revalidar la Q, la S y el SICTED, mantener la adhesión a ACECOVA y las colaboraciones con entidades del barrio.

ODS	Acciones
ODS 2 · Hambre cero	3
ODS 3 · Salud y bienestar	9
ODS 4 · Educación de calidad	1
ODS 5 · Igualdad de género	5
ODS 8 · Trabajo decente y crecimiento económico	20
ODS 9 · Industria, innovación e infraestructura	7
ODS 10 · Reducción de las desigualdades	1
ODS 11 · Ciudades y comunidades sostenibles	5
ODS 12 · Producción y consumo responsables	12
ODS 13 · Acción por el clima	1
ODS 14 · Vida submarina	1
ODS 15 · Vida de ecosistemas terrestres	1
Total	**66**

Plan de Sostenibilidad

Plan de Sostenibilidad 2026: objetivos y acciones principales (1/2)

ODS	Objetivo	Acción 2026	Responsable	Plazo	Indicador
ODS 13	Reducir la huella de carbono	Calcular e inscribir en el MITECO la huella de 2025, contratar electricidad 100 % renovable con garantía de origen y sustituir equipos de baja eficiencia.	Denise (asesoría Masuno)	Sept. 2026	t CO_2e y % de reducción
ODS 12	Disminuir los residuos generados	Envases ecológicos para llevarse la comida sobrante, raciones de distintos tamaños y compras ajustadas a la afluencia prevista.	Denise	Dic. 2026	Cantidad de residuos generados
ODS 12	Fomentar el producto sostenible y de proximidad	Priorizar producto ecológico, de proximidad y de temporada, y revisar el origen de cada producto que se compra.	Alejandro y Denise	Dic. 2026	Referencias en carta
ODS 11	Conservar el patrimonio gastronómico	Comprar en el comercio local (Mercado del Cabanyal) y mantener al menos 100 vinos de la Comunitat Valenciana en carta y 2 por copas.	Denise y Alejandro	Dic. 2026	Carta digital
ODS 9	Modernizar las instalaciones	Reforma integral de los aseos y de la barra, climatización y renovación del lavavajillas y del equipo de ósmosis (aprox. 67.000 €).	Alejandro y Emiliano	Ene. 2026	Facturas
ODS 9	Aumentar la accesibilidad digital	Facilitar las reservas y la compra de bonos y productos online a través de CoverManager y de la web.	Denise	Jul. 2026	Visitas y tiempo medio de consulta
ODS 12	Mejorar la eficiencia en la gestión	Proyecto Omedes: integrar las herramientas digitales en uso e incorporar IA y un programa de compras y facturas.	Alejandro, María y Vati	Dic. 2026	Carga administrativa y errores de comunicación
ODS 8	Aumentar el impacto económico positivo	Aumentar la facturación y el beneficio respecto a 2025, con el gasto de personal por debajo del 40 %.	Alejandro	Dic. 2026	Facturación y beneficio (2025: 2.259.549 € y 319.854 €)

Se recogen las acciones principales. El plan completo (66 acciones) es el documento «Plan de acción del sistema integral 2026».

Plan de Sostenibilidad

Plan de Sostenibilidad 2026: objetivos y acciones principales (2/2)

ODS	Objetivo	Acción 2026	Responsable	Plazo	Indicador
ODS 8	Mantener estándares reconocidos	Revalidar las certificaciones Q de Calidad Turística y S de Sostenibilidad Turística y mantener el SICTED.	Denise	Nov. 2026	Certificados
ODS 12	Fortalecer la percepción del cliente	Mantener o superar la puntuación media de 4,6 en Google y gestionar todas las críticas.	Alejandro	Dic. 2026	Puntuación media (2025: 4,6 con 5.605 opiniones)
ODS 8	Diversificar la clientela	Ampliar la oferta para personas vegetarianas, veganas y con restricciones alimentarias.	Denise y Roberto	Dic. 2026	Menús vendidos (2025: 475 vegetarianos, 87 veganos y 134 sin gluten)
ODS 8	Asegurar la formación continua	Que cada persona de la plantilla realice al menos una acción formativa al año.	Denise	Dic. 2026	Plan de formación
ODS 3	Cuidar la seguridad y salud de los clientes	Formación de reciclaje en RCP, desfibrilador y primeros auxilios.	Denise	Sept. 2026	Plan de formación
ODS 3	Cuidar el bienestar del equipo	Canal de propuestas de mejora, plan semanal de comida de personal y protocolos actualizados en Yurest para reducir el estrés.	Denise y responsables de área	Dic. 2026	Bajas por motivos psicológicos y opinión del equipo
ODS 5	Promover la igualdad de género	Formación y conciliación para el acceso de las trabajadoras a puestos de responsabilidad; colaboración con los Galardones Cabanyal en Femení.	Denise y Alejandro	Dic. 2026	Mujeres en puestos de responsabilidad
ODS 2 y 10	Alimentación segura y solidaria	Mantener la adhesión a ACECOVA con control estricto de alérgenos y la tapa solidaria con Acción contra el Hambre.	Denise	Nov. 2026	Adhesión a ACECOVA e importe donado (2025: 156,25 €)

Se recogen las acciones principales. El plan completo (66 acciones) es el documento «Plan de acción del sistema integral 2026».

4. Dimensión económica

casamontaña
DESDE 1836



Dimensión económica

ENFOQUE DE GESTIÓN ECONÓMICA (GRI-201-1) (GRI-201-4) (SL38) (SL39) (SL40) (SL41)

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.

VALORES ECONÓMICO	2022	2023	2024	2025
Importe neto cifra negocio (ingresos)	1.786.694 €	1.975.126 €	2.079.136 €	2.259.549€
Empleados: Gastos de personal	733.267 €	881.762 €	820.310 €	997.681€
Sociedad: Impuestos sobre las ganancias	13.195 €	38.395 €	66.695 €	77.928€
Proveedores: Otros gastos de explotación	270.455 €	241.980 €	250.233 €	258.435€
Amortizaciones y depreciaciones	18.680	24.593 €	27.447 €	33.543€

Dimensión económica

Enfoque de gestión económica. (GRI-201-1) (GRI-201-4) (ID3) (ID4) (ID5) (ID6) (SL41)

RENTABILIDAD I	2023	2024	2025
Beneficios después de impuestos (€)	115.186	216.533	319.854
Patrimonio neto (€)	1224403	1.382.429	1.808.902
Ratio (x100)	9,41	15,66	17,68

ENDEUDAMIENTO	2023	2024	2025
Pasivo exigible (€)	231.961	308.353	280.918
Patrimonio neto(€)	1.224.903	1.382.429	1.808.902
Ratio	0.18	0.22	0.15

RENTABILIDAD II	2023	2024	2025
Beneficio antes de intereses e impuestos (€)	161.305	287.919	433.868
Activo total (€)	1.610.907	1.763.660	2.089.820
Ratio (x100)	10,01	16,33	20,76

PRODUCTIVIDAD	2023	2024	2025
Beneficio antes de impuestos e intereses (€)	161.305	283.435	433.868
Nº Medio de trabajadores	26	25	27
Ratio	6204	11337	16069

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) (SL3) (SL5)
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 platilla fija más mujeres que hombres.
El salario medio del equipo humano se ha incrementado progresivamente.

SALARIOS	2022	2023	2024	2025
Salario medio equipo humano	2.012,27 €	2.211,44 €	2.211,44 €	2.287,42 €

IGUALDAD DIRECTIVA	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Nº de mujeres directivas	1	1	1
Nº de directivos totales	2	2	2
Ratio	1	1	1

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. No ha habido variación en los altos directivos.

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.

Inversiones en I+D+i (ID1) (ID2)
CASA MONTAÑA en 2025 no realizó ninguna inversión en I+D+i. No dispone de patentes propias.

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

Enfoque de gestión en anticorrupción (GRI-205-1) (GRI-205-2)
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 2025, 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.



5. Dimensión ambiental

casamontaña
DESDE 1836



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 aseos, mientras que 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.). En el 2024 se incorporó un equipo de ozono en agua para la limpieza y desinfección de determinadas superficies, disminuyendo así el consumo de productos de limpieza.

Se adquieren los siguientes materiales certificados:

Material	Certificación
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
CAJAS DE CARTÓN PARA 3 Y 6 BOTELLAS	FSC / PEFC

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 posibilidades de utilización de materiales reciclados son limitadas. No se cuenta en 2025 con el dato del porcentaje total de materiales reciclados utilizados.

Dimensión ambiental

Consumo energético en la organización (GRI-302-1) (GRI-302-4) (AM9)

A nivel global, en 2025 el consumo energético total ha experimentado un ligero incremento del 1,5% respecto al año anterior. Este resultado responde a una evolución desigual de las dos principales fuentes de energía: mientras que el consumo de energía eléctrica ha aumentado un 10,4%, el consumo de gas natural se ha reducido un 12,8%. El incremento del consumo eléctrico supone una recuperación respecto al descenso registrado el año anterior y puede estar relacionado con una mayor utilización de los equipos e instalaciones eléctricas. Por su parte, el consumo de gas natural disminuye de forma significativa. Esta evolución puede reflejar una menor intensidad de uso de los equipos asociados al gas, principalmente vinculados a los procesos de cocina.

En conjunto, aunque el consumo energético total se mantiene en niveles muy similares a los de 2024, se observa una progresiva modificación de la distribución entre fuentes energéticas, con una menor dependencia del gas natural y un mayor peso relativo de la energía eléctrica.

El ratio de intensidad energética, calculado en función del número total de tickets emitidos, ha mejorado un 3,3 % respecto a 2024. Esta evolución positiva se debe principalmente a la reducción de la intensidad asociada al consumo de gas natural, que ha disminuido un 17 %. Por su parte, la intensidad eléctrica ha experimentado un ligero incremento del 5,1 %, situándose en 3,94 kWh/ticket. En términos globales, los datos reflejan una mejora de la eficiencia energética por servicio ofrecido durante 2025.

En 2025 la electricidad consumida no ha contado con garantía de origen renovable, por lo que computa en la huella de carbono (alcance 2). Recuperar un suministro eléctrico 100 % renovable con garantía de origen es uno de los objetivos del Plan de Sostenibilidad 2026.

Consumos	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Energía Eléctrica (kWh)	89.379	96.474	79.783	88.090
Gas Natural (kWh)	27.603	50.343	49.995	43.593

Intensidad energía	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Energía Eléctrica (kWh/nº tickets)	3,73	4,39	3,75	3,94
Gas Natural (kWh/nº tickets)	1,15	2,29	2,35	1,95
Global (kWh/nº tickets)	4,88	6,68	6,10	5,90

CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL (Julios)	
2021	3,6 E+11
2022	4,2 E+11
2023	5,3 E +11
2024	4,7 E +11
2025	4,74 E +11

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) (AM10)

Entendemos como intensidad de la energía el valor del consumo energético referido a las ventas en volumen, en este caso nº de tickets.

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 consumo eléctrico y de gas del restaurante, cocina y oficinas.

Emisiones directas de GEI (Alcance 1 y 2) (GRI-305-1) (GRI-305-2) (GRI-305-4) (AM1) (AM2)
Se consideran emisiones directas de alcance 1 las provenientes de combustibles fósiles (gas natural) y las emisiones fugitivas (gases fluorados de refrigeración); Las emisiones de Alcance 2 corresponden al consumo de electricidad adquirida.

En 2025, el consumo de gas natural ha disminuido un 12,8 % respecto a 2024. La electricidad consumida en 2025 no ha contado con garantía de origen renovable, por lo que computa en la huella de carbono como alcance 2 (factor de emisión de la comercializadora: 0,258 kg CO_2/kWh).

En 2025 no se han producido fugas de gases fluorados en los sistemas de refrigeración, lo que evita la generación de emisiones indirectas adicionales.
La huella de carbono ha sido calculada conforme a la herramienta oficial del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (versión 31).

Emisiones Gas Natural	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Gas Natural kWh	27.603	50.343	49.995	43.593
Kg CO2 eq. (*)	5.036,11	9.184,90	9.121,41	7.953,39
t de CO2 eq.	5,04	9,18	9,12	7,95

(*) Factor emisión publicados por el MITERD

Emisiones fugitivas gases fluorados	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Cantidad recargada (Kg)	0	0	0	0
t de CO2 eq.	0	0	0	0

(*) Factor emisión publicados por el MITERD

Emisiones Energía Eléctrica	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Energía Eléctrica kWh	89.379	96.474	79.783	88.090
Kg eq.de CO2 (*)	0	0	5.000	22.727,22
t de CO2 eq.	0	0	5,05	22,73

(*) Factor emisión publicado por el MITERD

Dimensión ambiental

Reducción de las emisiones de GEI. (GRI-305-5)

En conjunto, la huella de carbono de Casa Montaña en 2025 asciende a 30,68 toneladas de CO_2 equivalente, lo que supone un aumento respecto al año anterior debido a que la electricidad consumida no ha contado con garantía de origen renovable.

Las emisiones directas (Alcance 1), procedentes del consumo de gas natural para instalaciones fijas, han ascendido a 7,95 t CO_2e, lo que supone una reducción del 12,8 % respecto al año anterior.

Las emisiones indirectas por energía adquirida (Alcance 2) han ascendido a 22,73 t CO_2e, ya que en 2025 el suministro eléctrico no ha contado con garantía de origen renovable.

HUELLA DE CARBONO	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Alcance 1 (t de CO2 eq.)	5,04	9,18	9,12	7,95
Alcance 2 (t de CO2 eq.)	0	0	5,05	22,73
Total (t de CO2 eq.)	5,04	9,18	14,17	30,68

La huella de carbono generada durante los años 2021, 2022 y 2023 estaba previsto que fuera compensada mediante la participación en el proyecto HortiGO2, una iniciativa local destinada a convertir la huerta valenciana en un sumidero oficial de carbono, generando beneficios ambientales y sociales.

No obstante, dado que el proyecto avanza más lentamente de lo previsto y aún no ha comenzado a generar créditos de compensación efectivos, a partir de 2025 se comenzaron a explorar otras vías complementarias de compensación, con el objetivo de garantizar la neutralización de las emisiones históricas de manera transparente y verificable.

En paralelo, se mantendrá el interés por HortiGO2 como proyecto estratégico de largo plazo, dada su relevancia para la conservación del territorio, la valorización del paisaje agrícola y la contribución a la economía local.

Sin embargo, debido a un error por parte de la empresa suministradora de energía, parte de la energía eléctrica consumida en 2024 no tenía garantía de origen renovable, por lo que la empresa suministradora asumió la compensación de la totalidad de la huella generada a su causa, y Casa Montaña cubrió el importe restante, para compensar la huella del 2024 en su totalidad.

Dimensión ambiental

Enfoque de gestión del agua (GRI-303)

El agua consumida en la actividad de CASA MONTAÑA es utilizada en cocina, para la preparación y limpieza de alimentos, en 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) (GRI-303-5) (AM7) (AM8)

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

CONSUMO TOTAL AGUA				
	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Agua (L)	1.075.000	692.692	1.330.000	1.213.000

RATIO INTENSIDAD EN EL CONSUMO DE AGUA				
	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Consumo total de agua (L)	1.075.000	692.692	1.330.000	1.213.000
Ventas totales expresadas en volumen (nº tickets)	23.982	21.975	21.279	22.337
Ratio	44,83	31,52	62,50	54,30

Descarga de agua por calidad y destino (GRI-303-4)

La empresa 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. En este sentido destacan las siguientes iniciativas:

- ✓ En 2019 y 2020 el Proyecto "***Vuelta a las Raíces***", con el fin de preservar los recursos fitogenéticos de la CV y conservar nuestro patrimonio agrícola, introduciendo estas variedades "olvidadas" en la carta, generando así un nicho de mercado para "especies en peligro de extinción", una demanda que asegure su cultivo y recuperación. Se destacan variedades tradicionales de habas, tomates, cebolla, patata, garrofón, cacaus del collaret y altramuces.
- ✓ Participación con frecuencia anual en la campaña de apoyo al consumo de productos locales "***Tapas d'ací***", ofertando una cerveza o copa de vino local y el Mollet de hummus de garrofó pintat (variedad recuperada).
- ✓ **En 2022**, la inclusión en la carta de una nueva semilla en peligro de extinción. Se ha seleccionado la alubia del Confit de Viver, una legumbre caracterizada por ser suave y cremosa, una especie a punto de desaparecer. En **2023**, se cambia de proveedor de pan para incluir un pan artesanal elaborado con variedades de trigo recuperadas de Moixent.
- ✓ Participación con frecuencia anual en Cuina Oberta de Visit Valencia, en **2022** con la propuesta gastronómica "La Vuelta al mundo en 80 platos" en la que CASA MONTAÑA ha elegido promocionar "***De Alboraya a la Albufera***".
- ✓ Priorización de la promoción en pizarra e incorporación en carta de vinos elaborados a partir de variedades autóctonas, especialmente recuperadas, como arcos, mandó y giró entre otras.
- ✓ Aportación como socios colaboradores de **FUNDEM** (Fundación Enrique Montoliu). Es una entidad privada sin ánimo de lucro dedicada a la conservación de la fauna y de la flora mediterránea creada en 1996.

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 seleccionado lo siguientes proveedores:

- ✓ Balfegó: proveedor de atún rojo certificado como libre de Anisakis sin necesidad de congelación previa. Certificación AENOR a la sostenibilidad ambiental.
- ✓ 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.

Para fomentar la salida de los productos frescos de la Lonja del Pescado, se utiliza además el apartado de "Sugerencias del Chef" en la carta digital. Se pretende apoyar el carácter marinero del barrio incluyendo nuevos productos frescos al natural, a la plancha o fritos. A su vez, se planifican visitas de los trabajadores a las bateas de clóchinas y ostras.

- ✓ Tertulia en **2025** organizada junto con Fundación Global Nature para poner en valor a los productos de origen pastoreado como una solución real frente al abandono rural, la pérdida de biodiversidad y la desconexión entre el campo y la ciudad.

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.

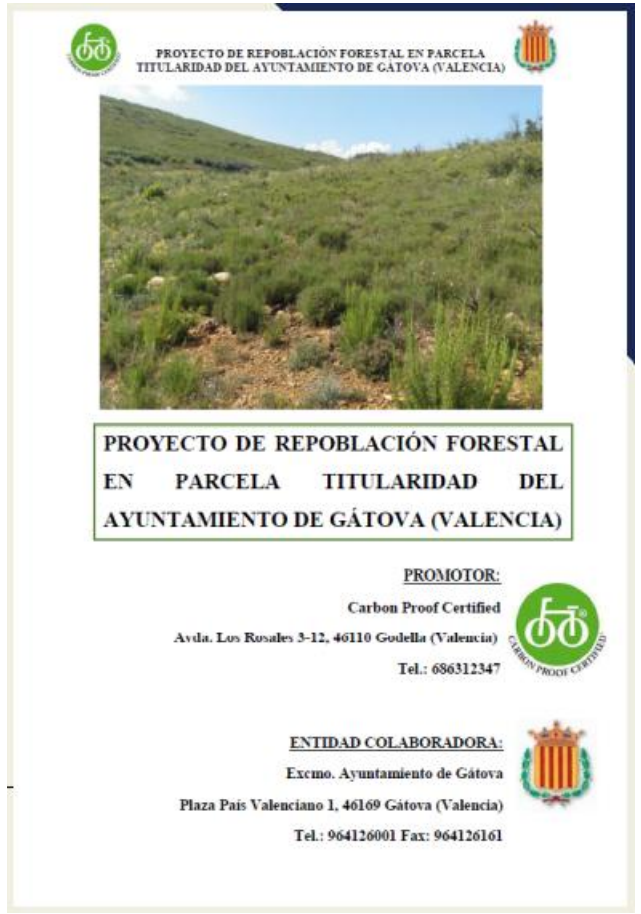
Consideramos que se genera un impacto positivo gracias a nuestros proyectos de recuperación de semillas para la cocina.

Hábitats protegidos o restaurados (GRI-304-3)

En el año 2021, Casa Montaña participó en un proyecto de compensación de la huella de carbono mediante una acción de reforestación en el Parque Natural de la Sierra Calderona, contribuyendo así a la restauración de un ecosistema protegido de alto valor ambiental.

Se mantiene la intención de colaborar con Global Omnium en un nuevo proyecto centrado en la recuperación y valorización de la huerta valenciana, con el objetivo de que esta pueda ser reconocida como sumidero oficial de carbono. Esta iniciativa se enmarca en el proyecto piloto HortiGO, cuya finalidad es validar la metodología para registrar las absorciones de CO_2 generadas por la huerta como mecanismo de compensación de emisiones.Este proyecto permitiría, además de contribuir a la neutralización de emisiones, promover la conservación activa del paisaje agrícola tradicional, reconocer el valor ambiental y cultural de la huerta y fortalecer su viabilidad económica, generando múltiples beneficios socioambientales.No obstante, debido al ritmo de desarrollo del proyecto, aún no se han alcanzado resultados compensatorios efectivos.

Debido a un error por parte de la empresa suministradora de energía, parte de la energía eléctrica consumida en 2024 no tenía garantía de origen renovable, por lo que la empresa suministradora asumió la compensación de la totalidad de la huella generada a su causa, y se cubrió el importe restante, para compensar la huella del 2024 en su totalidad.



Dimensión ambiental

Enfoque de gestión de efluentes y residuos (GRI-306-1) (GRI-306-4) (GRI-306-5)
La mayoría de los residuos son generados en la cocina y 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 especifico autorizado, 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. 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) (GRI-306-3)
En 2021 se inició 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. A partir del 2023, los residuos se contabilizan y comprueban a través del backoffice de Ágora, mediante el análisis de informes de compra y ventas de productos.

Residuos	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Basura general (kg)	32580	32580	21000
Aceite cocina usado (kg)	460	670	510
Tapones de corcho (Ud)	24521	13934	14631
Vidrio: Botellas (Ud)	15928	13934	22626
Latas conservas (Ud)	1041	1392	985
Cajas cartón vinos (Ud)	4087	2323	2438
Servilletas papel individual (Ud)	61291	60300	58000

Dimensión ambiental

Enfoque de gestión del cumplimiento Ambiental (GRI-307-1)

CASA MONTAÑA pone todos los mecanismos a su alcance para el estricto cumplimento 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 2025 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 2025 no se han seleccionado proveedores nuevos con criterios ambientales.

VINOS NATURALES Y ECOLÓGICOS	PRODUCTOS DEL MAR DE CERCANÍA	AGRICULTURA ECOLÓGICA	MATERIALES



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.

6. Dimensión social

casamontaña
DESDE 1836



Dimensión social y Ética

Información sobre empleados y otros trabajadores (GRI-2-7)

Nuevas contrataciones y rotación media de empleados (GRI-2-7) (GRI-401-1) (SL4) (SL44)

CASA MONTAÑA tiene una política de estabilidad en la plantilla fija, el 100% sus empleados tienen contrato indefinido. Hay mayor presencia de mujeres que de hombres, manteniendo esta diferencia en 2025. Actualmente se cuenta con una persona en cocina con diversidad funcional.

Convenios de negociación colectiva. (GRI-2-30) (SL31)

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

DESGLOSE DE PLANTILLA POR TIPO DE EMPLEO, CONTRATO Y SEXO	2022		2023		2024		2025	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Plantilla (nº de trabajadores en la empresa)	9	17	11	18	7	18	7	20
Empleados con contrato indefinido (nº)	9	17	8	15	7	18	7	20
Empleados con contrato temporal (nº)	0	0	3	3	0	0	0	0
Empleados cubiertos por convenio colectivo	100%	100%	100 %	100%	100 %	100%	100%	100%
Plantilla con alguna discapacidad	0	0	0	0	0	0	0	0

Dimensión social y Ética

Empleo estable (GRI-401-1) (GRI-401-2) (SL14) (SL15) (SL17) (SL22) (SL45)

El empleo estable es uno de los objetivos que se ha marcado CASA MONTAÑA. Así, el objetivo de tener una baja tasa de rotación de personal es importante para nosotros, si bien no siempre es fácil dado el tipo de actividad que llevamos a cabo.

Todos los empleados cuentan con las mismas prestaciones, con independencia de si se trata de empleados a tiempo completo o a tiempo parcial, todas ellas marcadas por el convenio colectivo correspondiente.

En CASA MONTAÑA se aposta por la inserción de jóvenes al mercado laboral y al mismo tiempo se valora la veteranía y experiencia del personal de mayor edad.

EMPLEO JUVENIL			
	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Nº de empleados menores de 30 años	17	5	6
Empleados totales	29	25	27
Ratio	0,59	0,20	0,22

EMPLEO MAYORES			
	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Nº de empleados mayores de 50 años	8	5	6
Empleados totales	29	25	27
Ratio	0,28	0,20	0,22

CREACIÓN DE EMPLEO			
	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Empleados totales	29	25	27
Empleados totales año anterior	26	29	25
Ratio (Empleados totales /Empleados año anterior)-1	0,12	-0,14	0,08

ESTABILIDAD DEL EMPLEO			
	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Nº de empleados con contrato indefinido	23	25	27
Empleados totales	29	25	27
Ratio	0,79	1	1

TASA ROTACIÓN			
	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Nº de empleados que han dejado la organización	8	7	7
Nº empleados totales	29	25	27
Ratio	0,28	0,28	0,26

Ratio de compensación anual. (GRI-2-21) (SL18) (SL19)

Se ha calculado la ratio de **dignidad salarial** como el salario bruto anual más bajo a tiempo completo entre el SMI vigente en el momento del reporte del dato.

Se ha calculado la ratio de **diferencia salarial** como la división del salario bruto anual más alto frente al salario mínimo interprofesional.

DIGNIDAD SALARIAL			
	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Salario bruto anual más bajo de la organización	15.787,39	16.805,55	17.800,00
Salario mínimo interprofesional	15.120,00	15.876,00	16.576,00 €
Ratio	1,04	1,06	1,07

RATIO DE DIFERENCIA SALARIAL			
	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Salario bruto anual más alto de la organización	59.511,84	67.038,12	73.884,69
Salario mínimo interprofesional	15.120,00	15.876,00	16.576,00 €
Ratio	3,94	4,22	4,46

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

Todas las personas trabajadoras de CASA MONTAÑA están dentro de un convenio colectivo, con lo que les aplica el plazo de aviso y las disposiciones para la consulta y negociación especificada en dichos acuerdos.

Conciliación familiar. (GRI-401-3) (SL20) (SL21) (SL35) (SL36)

CASA MONTAÑA. aplica tanto las medidas obligatorias de conciliación familiar, tales como los permisos parentales, como medidas extraordinarias, como puede ser flexibilidad en horarios de entradas y salidas, etc.

Ningún trabajador solicitó baja por paternidad o matrimonio en el 2025.



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) (GRI-403-3) (GRI-403-4) (GRI-403-5) (GRI-403-6) (GRI-403-8) (GRI-403-9) (GRI-403-10) (SL26) (SL27)

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 ajeno, 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	2022		2023		2024		2025	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Plantilla (Nº de personas en la empresa)	9	17	11	18	7	18	7	20
Horas trabajadas	61.013,83		no dato	no dato	12.558	30.498	40.877	
Accidentes con baja (graves/leves)	0	0	0	0	1	0	1	0
Accidentes sin baja	0	0	0	0	0	0	0	0
Accidentes mortales	0	0	0	0	0	0	0	0
Enfermedades profesionales	0	0	0	0	0	0	0	0
Días perdidos por accidentes	0	0	0	0	46	0	56	0

Dimensión social (GRI 400)

Enfoque de gestión Formación y educación (GRI-404)

Formación y educación (GRI-404-1) (SL23) (ET12)

La inversión en formación a los trabajadores es una garantía para la empresa. Además, la concienciación en temas como el medio ambiente, la calidad y la prevención de riesgos laborales y la sostenibilidad son factores clave para el buen funcionamiento de la empresa y para el cumplimiento de la Política.

HORAS DESTINADAS A FORMACIÓN			
	Año 2023	**Año 2024**	**Año 2025**
Número de horas destinadas a formación	250	244,50	270
Empleados totales	26	25	27
Ratio	9,62	9,78	10

Hasta la fecha el personal de la empresa no ha recibido formación en anticorrupción. Hasta la fecha no se ha producido ningún caso de corrupción.

Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional (GRI-404-3) (SL29) (SL30)

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

Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición (GRI-404-2) (SL32)

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 con 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 dispone de un plan de acogida para el personal que incluye la entrega de material respecto de la organización y los procedimientos para la formación específica que requiere el personal de CASA MONTAÑA, incluyendo tutoriales y explicaciones detalladas respecto del uso de programas y dispositivos electrónicos. Este material incluye contenidos en materia de sostenibilidad como información sobre los ODS que estamos trabajando, política de sostenibilidad, etc.

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.

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.

El 100% de los empleados cuentan con flexibilidad en los días de vacaciones o días de permiso; el 30% disfruta de la jornada parcial; el 100% tiene flexibilidad horaria por motivos familiares y formativos.

Enfoque de gestión No discriminación (GRI-406) (SL12)

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. Tiene definida, comunicada e implantada una política de Diversidad. Más de la mitad de los trabajadores son nacidos en España. El porcentaje restante se compone por cuatro trabajadores procedentes de República Dominicana, y uno de cada uno de los siguientes países: Argentina, Colombia, Venezuela, Inglaterra, Estados Unidos, Marruecos y Argelia.

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

No se han detectado incidentes relacionados con la discriminación.



Normalización lingüística (SL47) (SL48)

Las cartas con nuestra oferta gastronómica están disponibles en castellano, valenciano e inglés. De la misma manera nuestra web también está disponible en castellano, valenciano e inglés.

Dimensión social (GRI 400)

Enfoque de gestión sobre diversidad e igualdad de oportunidades (GRI-405) (GRI-401-1) (GRI-405-1) (GRI-405-2) (SL4) (SL5) (SL9) (SL10) (SL11)

IGUALDAD EN EL EMPLEO	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Nº de empleadas mujeres	17	25	18	20
Nº de empleados hombres	9	15	7	7
Ratio	1,89	1,67	2,57	2,86

IGUALDAD DIRECTIVA	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Nº de mujeres directivas	1	1	1
Nº de directivos totales	2	2	2
Ratio	1	1	1

IGUALDAD EN LA FORMACIÓN	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Horas de formación impartida a empleadas mujeres	224	208,50	225
Horas de formación totales impartidas a empleados totales	250	244,50	270
Ratio	0,90	0,85	0,83

IGUALDAD EN LAS NUEVAS CONTRATACIONES	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Nº mujeres contratadas en los 3 últimos años	7	11	30
Nº contrataciones totales en los 3 últimos años	15	26	59
Ratio	0,47	0,42	0,50

IGUALDAD EN LA ESTABILIDAD LABORAL	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Tasa rotación (mujeres)	x	X	15
Tasa de rotación total	X	x	25,93
Ratio	x	x	0,58

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 Canyamelar - 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.









PREMIO EMPREDENDIMIENTO SOCIAL 2025

Categoría "Trayectoria" - Ayuntamiento





GESTIÓN DE LOS GALARDONES CABANYAL EN FEMENÍ

Biblioteca Municipal de la Reina

Dimensión social (GRI 400)

DONACIÓN CONCIERTO BENÉFICO AICE

APORTACIÓN COMO SOCIOS COLABORADORES APORTEM (FUNDACION SOLIDARIA PUERTO)

DONACIÓN A LA FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE

APORTACIÓN A L'ASSOCIACIÓ CULTURAL DE L'HORTA DE VALÈNCIA

DONACIÓN A LA FUNDACIÓN DIABETES CERO

APORTACIÓN COMO SOCIOS COLABORADORES FUNDEM (FUNDACIÓN ENRIQUE MONTOLIU)

DONACIÓN A LA ASOSIACIÓN CULTURAL HERMANDAD DE VESTAS DEL SANTÍSIMO CRISTO DEL BUEN ACIERTO

DONACIÓN FALLA TEATRE DE LA MARINA

DONACIÓN PARA LA FUNDACIÓN DE MENSAJEROS DE LA PAZ

7. Conclusiones

casamontaña
DESDE 1836



Conclusiones

La Memoria de Sostenibilidad 2025 refleja el compromiso de CASA MONTAÑA con una gestión responsable, ligada a su historia, a su barrio y al producto de su tierra y de su mar. El Plan de Sostenibilidad 2025 se ha cumplido en un 89 % (59 de 66 acciones) y ha dado resultados en los ODS prioritarios:

- **ODS 2 y 3 · Alimentación y salud:** adhesión a ACECOVA con control estricto de alérgenos y formación de todo el personal de sala y cocina; oferta adaptada (475 menús degustación vegetarianos, 87 veganos, 554 pescovegetarianos y 134 sin gluten) y 156,25 € donados a Acción contra el Hambre con la tapa solidaria.
- **ODS 5 · Igualdad:** el 74 % de la plantilla son mujeres, se han aprobado las solicitudes de conciliación, se ha apoyado la formación en habilidades directivas de las trabajadoras y se ha colaborado con los Galardones Cabanyal en Femení.
- **ODS 8 · Trabajo decente y crecimiento:** renovación de la Q de Calidad Turística y de la S de Sostenibilidad Turística, certificación como Empresa Turística Inteligente, Premio a la Trayectoria en Emprendimiento Social del Ayuntamiento de València, 20 acciones formativas y 7 estudiantes en prácticas.
- **ODS 9 · Instalaciones e innovación:** el antiguo despacho es ahora una sala privada, se ha mejorado el equipamiento (climatización, iluminación y cafetera), hay carta en tableta para los clientes y Bookline atiende las reservas telefónicas.
- **ODS 12 · Consumo responsable:** entre el 60 y el 80 % del producto de la huerta es ecológico y los quesos son locales; se han sustituido cápsulas, garrafas y manteles desechables, y la basura general ha bajado de 32.580 a 21.000 kg.
- **ODS 13, 14 y 15 · Clima y biodiversidad:** huella de carbono de 2024 calculada, inscrita en el MITECO y compensada; producto de lonja y de temporada, y recuperación de variedades agrícolas tradicionales con la Fundación Global Nature.

Conclusiones

En el plano económico, 2025 ha sido un año de crecimiento: la facturación sube un 8,7 %, hasta 2.259.549 €, y el beneficio después de impuestos un 47,7 %, hasta 319.854 €. La deuda a largo plazo queda cancelada y el patrimonio neto alcanza 1.808.902 €. Buena parte de ese valor se queda en el entorno: 878.948 € en compras a 129 proveedores, con prioridad para los del barrio.

En el plano ambiental, la intensidad energética por ticket mejora un 3,3 % y el consumo de agua por ticket un 13 %. La huella de carbono sube a 30,68 t CO_2e porque la electricidad de 2025 no ha tenido garantía de origen renovable, aunque las emisiones directas bajan un 12,8 %. Recuperar el suministro renovable es la prioridad ambiental de 2026.

En el plano social, la plantilla crece hasta 27 personas, todas con contrato indefinido; la formación llega a 270 horas (10 por persona) y el salario más bajo está un 7 % por encima del salario mínimo interprofesional. CASA MONTAÑA sigue implicada en la vida del barrio y colabora con entidades sociales y culturales como Aportem, Fundem, Diabetes Cero o Acción contra el Hambre.

Todo ello se apoya en un sistema de gestión certificado (Q, S y ETI), liderado por un Comité de Sostenibilidad que analiza el entorno, fija las prioridades y hace el seguimiento de los resultados. El Plan de Sostenibilidad 2026 da continuidad a esta estrategia: energía renovable y menos residuos, reforma de las instalaciones, digitalización y accesibilidad, y cuidado del equipo.

CASA MONTAÑA demuestra así que la sostenibilidad forma parte de su manera de hacer las cosas desde 1836: crecer cuidando de las personas, del producto y del barrio.

8. Principios para la elaboración del informe

casamontaña
DESDE 1836



Principios para la elaboración del informe

Periodo objeto del informe (GRI-2-3)
Este informe es referente al año 2025 (de enero a diciembre de 2025), coincidiendo con el año fiscal.

Fecha del último informe (GRI-2-3)
CASA MONTAÑA publica su Memoria de Sostenibilidad desde 2021. El informe anterior corresponde al ejercicio 2024.

Ciclo de elaboración de informes (GRI-2-3)
Anual.

Actualización de la información (GRI-2-4)
En este informe se han incluido los indicadores de Responsabilidad Social incluidos en el Anexo II del Decreto 200/2022, de 25 de noviembre, del Consell, modificado por la Orden 5/2025, de 14 de julio, de la Conselleria de Hacienda y Economía.

Acceso a los grupos de interés (ET10)(ET20) (SL48)

Tanto la Memoria de Sostenibilidad, como la Autoevaluación del Registro de Entidades Valencianas Socialmente Responsables CASA MONTAÑA son documentos públicos, disponibles a través de la página web www.emilianobodega.com

La página web está accesible en castellano, valenciano e inglés.

La página web no es accesible a personas con diversidad funcional sensorial.

Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares gri (GRI-1)
Este informe ha sido elaborado conforme a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

Verificación externa (GRI 2-5)
Este informe es auditado en el proceso de certificación de la S Sostenibilidad Turística del ICTE.

Punto de contacto para preguntas sobre el informe (GRI-1)
CASA MONTAÑA
Tel. +34 963 672 314
Correo-e: calidad@emilianobodega.com
www.emilianobodega.com

9. Índice de contenidos GRI

CASA MONTAÑA ha elaborado el informe en referencia a los Estándares GRI 2021 para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

GRI 2: Contenidos Generales		PÁGINAS
1. La organización y sus prácticas de presentación de informes	2-1 Detalles organizacionales	5, 6
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	5, 6
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	67
	2-4 Actualización de la información	67
	2-5 Verificación externa	67
2. Actividades y trabajadores	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	5, 14, 15, 16, 17, 18
	2-7 Empleados	53
3. Gobernanza	2-9 Estructura de gobernanza y composición	4, 7, 8
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	11, 12
	2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	7, 8
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	11, 12, 24

GRI 2: CONTENIDOS GENERALES		PÁGINAS
3. Gobernanza	2-21 Ratio de compensación total anual	55
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	10
	2-23 Compromisos y políticas	10, 11, 12
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	11, 12
4. Estrategia, políticas y prácticas	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	24
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	24
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	13
	2-28 Afiliación a asociaciones	20
5. Participación de los grupos de interés	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	23, 24
	2-30 Convenios de negociación colectiva	53

GRI 3: TEMAS MATERIALES		
Temas materiales	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	22, 23, 24
	3-2 Lista de temas materiales	27, 29
	3-3 Gestión de los temas materiales	28, 29

Índice GRI

GRI 200 DIMENSIÓN ECONÓMICA		PÁGINAS
1. Desempeño económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	38, 39
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	38, 39
2. Presencia en el mercado	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	40
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	40
3. Impactos económicos directos	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	40
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	40
4. Prácticas de adquisición	204-1: Proporción de gasto en proveedores locales	15, 16, 17, 18, 41
5. Anticorrupción	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	41
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	41
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	41
6. Competencia desleal	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	41

Índice GRI

GRI 300: DIMENSIÓN AMBIENTAL		PÁGINAS
2. Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	44
	302-3 Intensidad energética	44
3. Agua	303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	47
	303-4 Vertido de aguas	47
	303-5 Consumo de agua	47
4.Biodiversidad	304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	49
	304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	49
	304-3 Hábitats protegidos o restaurados	49
5. Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	45
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	45
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	45
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	46
6. Residuos	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	50
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	50
	306-3 Residuos generados	50
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	50
7. Cumplimiento ambiental	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	51
8. Proveedores	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	51
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	51

Índice GRI

GRI 400: DIMENSIÓN SOCIAL		PÁGINAS
1. Empleo	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	53, 54, 59
	401-3 Permiso parental	55
2. Relaciones trabajador-empresa	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	55
3. Salud y seguridad en el Trabajo	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	56
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	56
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	56
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	56
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	56
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	56
	403-9 Lesiones por accidente laboral	56
	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	56
4. Formación y enseñanza	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	57
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	57
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	57
5. Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleado	59
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	59
6. No discriminación	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	58

10. Índice de indicadores entidades valencianas socialmente responsables

(Anexo II Decreto 200/2022, modificado por la Orden 5/2025)

REGISTRO DE ENTIDADES VALENCIANAS
SOCIALMENTE RESPONSABLES

Índice indicadores Anexo II Decreto 200/2022 (modificado por la Orden 5/2025)

	Indicador	Pág	Indicador	Pág	Indicador	Pág
ASPECTOS SOCIALES Y LABORALES	SL3. Igualdad salarial	40	SL18. Dignidad salarial	55	SL35. Derechos por permiso maternal	55
	SL4. Igualdad en el empleo	53, 59	SL19. Ratio de diferencia salarial	55	SL36. Derechos por permiso paternal	55
	SL5. Igualdad directiva	40, 59	SL20. Tasa de retorno al trabajo	55	SL38. Valor económico generado (VEG)	38
	SL9. Igualdad en las nuevas contrataciones	59	SL21. Tasa de retención	55	SL39. Valor económico distribuido (VED)	38
	SL10. Igualdad en la estabilidad laboral	59	SL22. Tasa de rotación	54	SL40. Valor económico retenido (VER) = VEG – VED	38
	SL11. Igualdad en la formación	59	SL23. Horas destinadas a formación	57	SL41. Asistencia financiera del Gobierno	38, 39
	SL12. Política de diversidad	58	SL26. Accidentalidad en el trabajo (índice de incidencia con baja)	56	SL44. Número total de personas empleadas	53
	SL14. Empleo juvenil	54	SL27. Siniestralidad en el trabajo	56	SL45. Creación de empleo	54
	SL15. Empleo a mayores	54	SL31. Existencia de acuerdos de negociación colectiva	53	SL47. Promoción de etiquetado en valenciano	58
	SL17. Estabilidad del empleo	54	SL32. Existencia de un plan de acogida	57	SL48. Promoción de las webs en valenciano	58, 67

Índice indicadores Anexo II Decreto 200/2022 (modificado por la Orden 5/2025)

	Indicador	Pág	Indicador	Pág	Indicador	Pág
ASPECTOS ÉTICOS	ET6. Identificación de riesgos materiales	22, 27, 29	ET11. La entidad se somete a auditoría interna de sus cuentas anuales	13	ET20. La entidad dispone de web	67
	ET7. Evaluación de riesgos materiales	22, 27, 29	ET12. Formación en anticorrupción de las personas empleadas	57	ET21. Las cuentas anuales de la entidad son públicas.	13
	ET8. Mitigación de riesgos materiales ESG	22, 28, 29	ET16. Número de casos de corrupción identificados	13	ET22. La entidad elabora una memoria anual de actividades.	13
	ET10. La entidad es transparente y se somete al escrutinio de los grupos de interés	13, 67	ET19. Plazo medio de pago a proveedores	15, 16, 17, 18		
ASPECTOS AMBIENTALES	AM1. Emisiones totales	45	AM7. Consumo de agua	47	AM9. Consumo energético total	44
	AM2. Ratio de intensidad de emisiones	45	AM8. Ratio de intensidad en el consumo de agua	47	AM10. Ratio de intensidad energética	44
SOSTENIB. ECONÓMICA	ID1. Capacidad innovadora: productos o servicios innovadores	40	ID3. Rentabilidad I	39	ID5. Endeudamiento	39
	ID2. Inversión en I+D+i	40	ID4. Rentabilidad II	39	ID6. Productividad	39

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