

# Memoria de Sostenibilidad 2023\_Ed.01



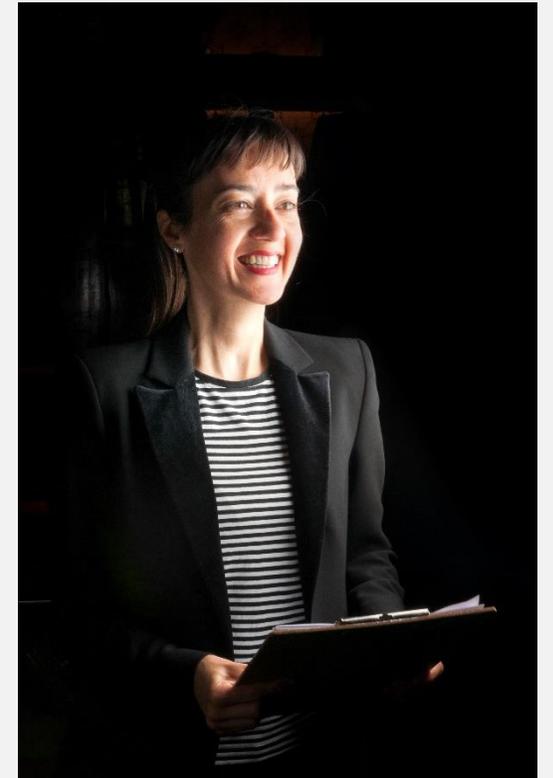
*“Las personas olvidarán lo que dijiste, olvidarán lo que hiciste, pero nunca olvidarán como las hiciste sentir”.*

*Maya Angelou*

- 1 **Organización, actividades y servicios.** PÁG.- 3
- 2 **Materialidad.** PÁG.-21
- 3 **Plan de Sostenibilidad 2023** PÁG.- 34
- 4 **Dimensión económica.** PÁG.- 50
- 5 **Dimensión ambiental.** PÁG.- 55
- 6 **Dimensión social.** PÁG.- 65
- 7 **Plan de Acción 2023-2024** PÁG.-82
- 8 **Principios para la elaboración del informe.** PÁG.- 88
- 9 **Índice GRI.** PÁG.- 92
- 10 **Índice de indicadores entidades valencianas socialmente responsables.** PÁG.- 98

Valencia (España). Octubre de 2023

# 1. Organización, actividades y servicios



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

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

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

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

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



# Dónde estamos y dónde llegamos

## Ubicación de la sede social 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.

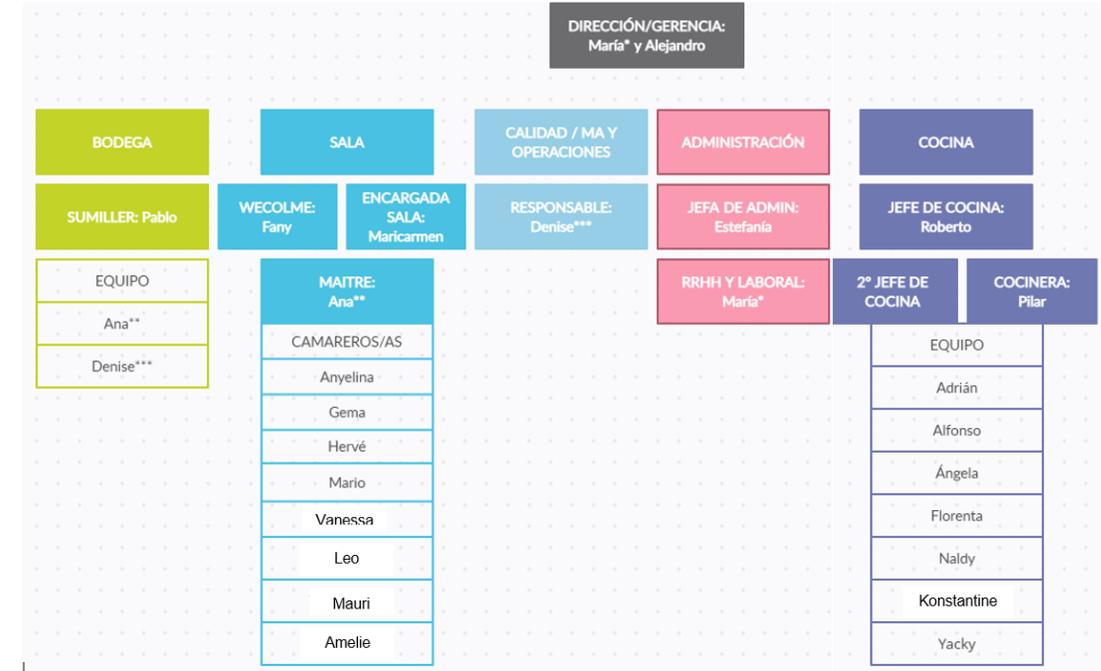
Los responsables de los departamentos tienen facultad para actuar libremente según la estrategia de la Dirección y las directrices de gestión, en el ámbito de la organización del propio departamento, respetando a los otros departamentos con los que interactúan o a los que pueden afectar sus decisiones.

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. Esta 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 15/12/2023.



# Comité de Sostenibilidad

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

CASA MONTAÑA **ha actualizado** el Comité de Sostenibilidad al sufrir cambios en su plantilla. El Comité de Sostenibilidad de CASA MONTAÑA está constituido por:

- Alejandro García Llinares. Dirección.
- María García Llinares. Dirección.
- Denise Kupervaser. Calidad y Operaciones.
- Roberto Lozano Ammat. 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. Complimentar y realizar el seguimiento del Plan de Sostenibilidad.
5. Analizar el desempeño social y ambiental de la empresa para su inclusión en la Memoria de Sostenibilidad.
6. Comunicar a los grupos de interés el Plan de Sostenibilidad y la evolución de la empresa.
7. Determinación de la formación en temas de sostenibilidad para el personal.



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

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

# 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.

# CÓDIGO ÉTICO TURISMO VALENCIANO



# 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.
- Selección minuciosa de los profesionales que se incorporen a la plantilla, y potenciar la formación continua de todo el personal de la empresa, con el objetivo de asegurar la máxima calidad en el servicio al cliente y la sostenibilidad de la empresa.
- Cumplir puntualmente con la normativa legal aplicable, 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 Canyameler-Cabanyal. Es por ello que todos sus miembros tienen una especial sensibilidad por los temas ambientales y sociales, lo que se refleja en la participación de proyectos en el día a día de su entorno más cercano. La redacción de la presente Memoria implica por un lado plasmar esta sensibilidad en un compromiso escrito y, por otro, visibilizar sus actuaciones.



# 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 cumplimiento 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 2023 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 aumentó considerable durante 2021 debido a que la situación de crisis del sector de la hostelería, provocada por la pandemia sanitaria del COVID-19, ha ido mejorando respecto el año anterior. Ya para el 2022 se consiguen valores similares a las cifras de negocio de años anteriores a la pandemia.

### CAPITALIZACIÓN TOTAL DESGLOSADA EN TÉRMINOS DE DEUDA Y CAPITAL

Destaca el crecimiento de la deuda en el año 2021, si bien en 2021 el patrimonio de la empresa sigue en crecimiento. Para el 2022 se consigue reducir la deuda y superar el patrimonio de la empresa en comparación con los dos años previos.

| CAPITALIZACIÓN EN TERMINOS DE DEUDA Y CAPITAL | 2021                    | 2022      | 2023      |
|-----------------------------------------------|-------------------------|-----------|-----------|
| Deudas a largo plazo (€)                      | 300.000                 | 229.446   | 143.404   |
| Patrimonio neto (€)                           | 921.943<br>a 30/11/2021 | 1.061.492 | 1.224.903 |

| TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN     | 2021      | 2022      | 2023      |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Facturación anual (€)*        | 1.170.000 | 1.786.694 | 1.957.126 |
| Facturación por cliente (€)** | 32,19     | 34,71     | 36,83     |

\*Ventas totales (€)

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

| Nº Clientes | 2021   | 2022   | 2023   |
|-------------|--------|--------|--------|
| Nº Tickets  | 16.234 | 23.982 | 21.975 |

| VENTAS TOTALES                           | 2021      | 2022      | 2023      |
|------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Ventas totales (€)                       | 1.170.000 | 1.786.694 | 1.957.126 |
| Nº tickets                               | 16.234    | 23.982    | 21.975    |
| Ventas totales expresadas en volumen (€) | 32,19     | 34,71     | 36,83     |

# 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, LA TAHONA DEL ABUELO PANADERÍA, LES HERBETES, WOODYLOOP, UNIFORMES LIBRA, MULTIAPARCAMIENTOS, REPROGRAFÍA LA MARINA, TALLER DE HELMO, GAVINGEST OBRAS, JOAQUIN SORIA, HERRERA CARPINTERO METÁLICO, ENERCOVAL ELECTRICISTA.

| Proveedores              | Año 2021 | Año 2022 | Año 2023 |
|--------------------------|----------|----------|----------|
| Pago materias primas (€) | 440.000  | 770.722  | 755.452  |
| Nº Proveedores           | 121      | 142      | 138      |

### PLAZO MEDIO DE PAGO A PROVEEDORES

|                                                 | Año 2022  | Año 2023  |
|-------------------------------------------------|-----------|-----------|
| Saldo medio de acreedores comerciales           | 7.331 €   | 4426 €    |
| Compras netas y gastos por servicios exteriores | 965.879 € | 997.214 € |
| Ratio                                           | 0,01      | 0,005     |

# 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 <b>NUEVO</b>                      |
| 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.



## Proyecto “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.

- MANTELES INDIVIDUALES: Certificado FSC para fomentar el consumo responsable y la gestión de bosques sostenibles.
- 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 (polietileno) 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



# 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 2023:

- Cambios en la iluminación taberna.
- Persiana silent concept para el almacén.
- Sustitución de la puerta corredera de los aseos por una automática.
- Compra de máquina de ozono en agua para la limpieza de suelos y superficies.



Se tiene previsto realizar las siguientes mejoras:

- Cambio de la iluminación del comedor.
- Cambio caja eléctrica comedor.
- Restauración del mueble del comedor.
- Cambio decoración del comedor (pintura y disposición).
- Cambio distribución de mesas del comedor.
- Restauración del suelo del comedor y la sala de catas.
- Cambio decoración de la sala de catas (pintura)
- Cambio completo de mesas de la taberna.
- Cambio suelo cocina.
- Cambio suelo cámara pisable y sistema de cierre.
- Cambio máquinas de hielo por una de mayor potencia.
- Adquisición de nevera de vinos para la sala de catas.

# 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



## **Temas materiales.** (GRI-3-1) (ET6) (ET7) (ET8)

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, y a los intereses y expectativas de los grupos de interés y al riesgo para la empresa. El análisis ha contemplado la identificación de los principales riesgos materiales extra-financieros ESG a corto, medio y largo plazo incluyendo riesgos de la cadena de suministro.
2. Análisis y priorización mediante el desarrollo y aplicación de una metodología de evaluación y potencial cualificación de los principales riesgos materiales extra-financieros ESG a corto, medio y largo plazo incluyendo riesgos de la cadena de suministro.
3. Identificación de los impactos, tanto positivos como negativos, derivados de los distintos aspectos. A los aspectos se les ha denominado “subtemas”.
4. Los subtemas se han agrupado según Temas Materiales definidos en los distintos estándares de GRI, con el fin de que el resultado de la evaluación esté directamente relacionado con la información que se suministrará.
5. Definición de una metodología para la evaluación de los impactos y determinación de los temas materiales.
6. Selección como Temas Materiales a aquellos que han resultado con puntuación igual o superior a 35 según la metodología desarrollada (correspondiente al 60 % de la puntuación máxima).
7. Aplicar una metodología de mitigación de los efectos de los principales riesgos materiales extra-financieros ESG a corto, medio y largo plazo incluyendo riesgos de la cadena de suministro.

CASA MONTAÑA focalizará su actividad sobre aquellos temas materiales 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 trabajará sobre los temas materiales que, sin haber sido priorizados, se considere oportuno.

# Participación de los grupos de interés

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

La organización entiende que forman parte de sus grupos de interés aquellas personas o colectivos que puedan influir o a los que afectan las decisiones estratégicas de la empresa. Se ha realizado un completo análisis de las necesidades y expectativas de los grupos de interés, relacionándose con los ODS. **No existen variaciones respecto del año anterior.**

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

# Participación de los grupos de interés

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

# Participación de los grupos de interés

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

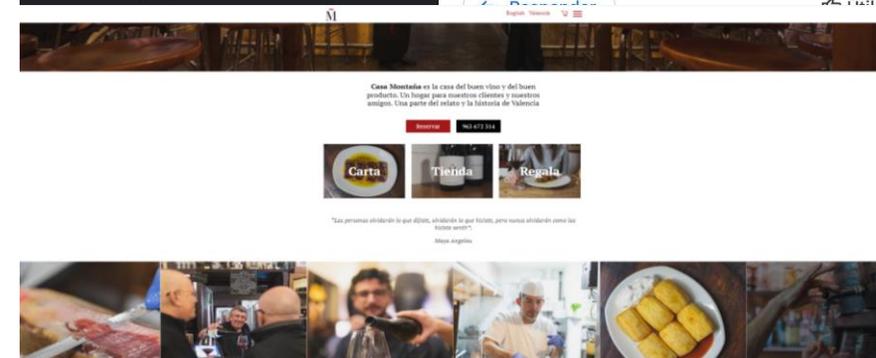
# Participación de los grupos de interés

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

# Participación de los grupos de interés

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

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 STANDARDS**” y los asuntos relevantes derivados de nuestro estudio de materialidad.

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

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

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

La metodología de evaluación de la materialidad y de priorización de ODS **no ha sufrido variación** con respecto a la Memoria 2021.

# Selección de temas materiales

## Metodología de selección de temas materiales y priorización de ODS.

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

#### Criterios de evaluación de ASPECTOS NEGATIVOS:

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

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

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

#### Criterios de evaluación de ASPECTOS POSITIVOS:

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

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

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

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

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

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

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

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

Priorizaremos las oportunidades sobre las amenazas

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

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

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

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

### RESULTADO DE LA EVALUACIÓN

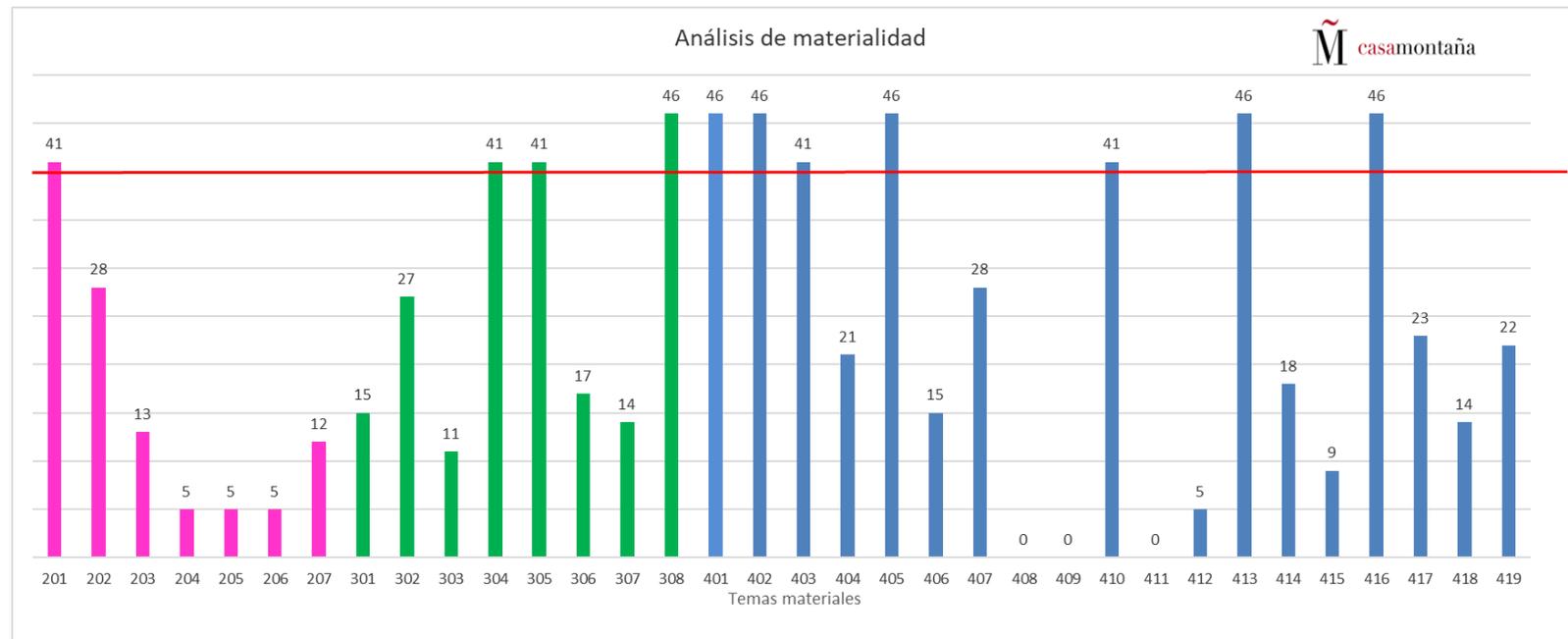
Todos aquellos temas materiales cuyo resultado sea superior a 40 serán abordados en la Memoria de Sostenibilidad de la empresa.

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

# 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

| 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     |

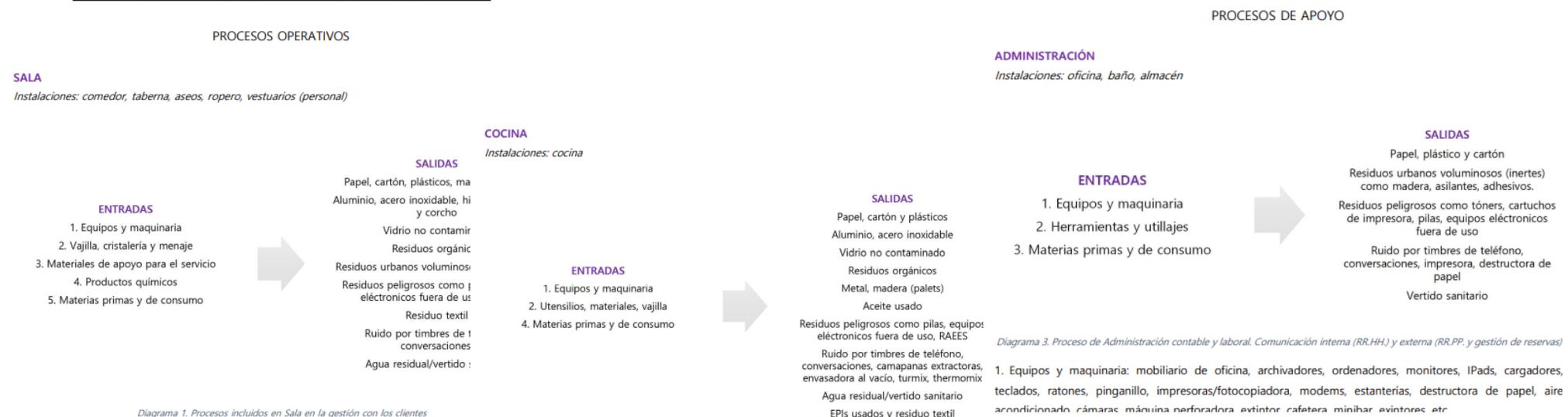
# Gestión de riesgos materiales

## 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.**

### IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS AMBIENTALES E IMPACTO AMBIENTAL



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

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

# 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 SUMINISTRROS 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, PATROCINIOS, 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 en el año 2022 trabajó sobre 9 ODS, como resultado de la evaluación realizada. Para el año 2023 se **mantienen** los mismos ODS:



# 3. Plan de Sostenibilidad 2024



**OBJETIVOS  
DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE**

# Plan de Sostenibilidad

## Plan de Sostenibilidad 20234

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 2024

2 HAMBRE  
CERO



## ACTUACIONES

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

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

- ✓ Colaboración anual con la Organización Acción contra el Hambre en su programa de Restaurantes Solidarios.  
Presupuesto 2024: Porcentaje relativo al precio de la tapa solidaria.  
Responsable: Denise  
Plazo: Diciembre 2024
- ✓ Aportación anual como socios colaboradores de fundaciones destinadas a reforzar la nutrición adecuada de personas que viven en situación de necesidad: APOSTEM  
Presupuesto 2024: 300 euros  
Responsable: María  
Plazo: Enero 2024

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

- ✓ Estricto control de alérgenos.
- ✓ Inclusión en el listado de establecimientos seguros de ACECOVA (Asociación de Celíacos de la Comunidad Valenciana).
- ✓ Actualización de menú degustación sin gluten.
- ✓ Revisión de fichas técnicas de elaboración propias y de proveedores.  
Presupuesto 2024: 2 horas mensuales de trabajo  
Responsable: Denise  
Plazo: Enero - Diciembre 2024

# Plan de Sostenibilidad 2023

## 2 HAMBRE CERO



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

**OBJETIVO:** Conservar el patrimonio gastronómico. Acciones:

- ✓ Integración de la comida local en la carta, considerando las festividades tradicionales del barrio y la ciudad. Promoción del recetario clásico valenciano a través de las redes sociales y otras plataformas externas como la televisión, la radio y los periódicos.  
Presupuesto 2024: 2 horas mensuales de trabajo.  
Responsable: Denise, Alejandro  
Plazo: Enero - Diciembre 2024
- ✓ Apoyo al comercio local mediante la priorización de la compra de productos locales, como en el Mercado del Cabanyal.
- ✓ Mantenimiento de un mínimo de 100 referencias de vinos de la C.V. en carta y al menos 2 vinos de Valencia en pizarra (por copas)  
Presupuesto 2024: 1 hora semanal de trabajo.  
Responsable: Pablo y Ana  
Plazo: Enero - Diciembre 2024
- ✓ Refuerzo del apoyo a los agricultores en los modelos de agricultura sostenible, mediante un contacto directo con los productores, priorizando la selección de materia prima ecológica, los vinos biodinámicos, productos frescos, locales, orgánico o de temporada y respetuoso con el medioambiente.  
Presupuesto 2024: 1 hora semanal de trabajo.  
Responsable: Denise, Roberto y Pablo  
Plazo: Enero – Diciembre 2024
- ✓ Valorar la posibilidad de colaborar con asociaciones/fundaciones destinadas a la sostenibilidad.  
Presupuesto 2024: 20 horas de trabajo  
Responsable: Denise  
Plazo: Octubre 2024.

# Plan de Sostenibilidad 2023

## 3 SALUD Y BIENESTAR



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

**OBJETIVO.** Promover hábitos saludables entre los clientes y los trabajadores. Acciones:

- ✓ Actualización de menús degustación vegetariano y vegano.
- ✓ Mantenimiento de modificadores en las raciones de tapas.
- ✓ Formación de camareros nuevos para realizar las recomendaciones más adecuadas al cliente en cuanto a tamaño y cantidad de raciones.
- ✓ Indicaciones en la web para acudir al restaurante utilizando transporte público o bicicleta.

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

- ✓ Desfibrilador con asistencia técnica y médica remota.
- ✓ Instrumental especializado para la atención de atragantamientos de dos tamaños, adulto y niño.
- ✓ Personal formado en reanimación cardiopulmonar y uso del desfibrilador. Formación bianual de reciclaje para 10 trabajadores.  
Presupuesto 2024: 250 euros (2 horas)  
Responsable: Denise Plazo: Octubre – Noviembre 2024

- ✓ Adaptación de tapas a patologías determinadas, por ejemplo, hipertensión arterial (elaboraciones sin sal).
- ✓ Compra de bebida vegetal de avena para sustituir la leche de vaca cuando se requiera.

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

- ✓ Aportación anual como socios colaboradores de fundaciones destinadas a reforzar la vigilancia y protección de la salud de los colectivos más vulnerables: APOSTEM, ASPANION, AVAFI, DIABETES CERO.  
Presupuesto 2024: 300 euros (ya contabilizados en el ODS 2) + 200 euros  
Responsable: María Plazo: Octubre 2024

# Plan de Sostenibilidad 2023

## 3 SALUD Y BIENESTAR



- ✓ Donación de libros o colaboración con Nueva Opción (Asociación de Daño Cerebral Adquirido de Valencia)  
Presupuesto 2024: 30 minutos diarios de trabajo  
Responsable: Roberto  
Plazo: Enero – Diciembre 2024

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

- ✓ Elaboración de un plan semanal de comida de personal, que asegure la inclusión de los macro y micro nutrientes de forma variada y equilibrada.  
Presupuesto 2023: 30 minutos diarios de trabajo  
Responsable: Roberto.  
Plazo: Enero – Diciembre 2023
- ✓ Establecimiento de un canal de comunicación para propuestas de mejora a través de Yurest.
- ✓ Elaboración de check lists, protocolos y procedimientos actualizados en Yurest para optimizar el trabajo, con el objeto de disminuir el estrés y posible burnout.  
Presupuesto 2024: 2 horas semanales de trabajo  
Responsable: Denise y Roberto  
Plazo: Enero-Diciembre 2023

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

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

- ✓ Mantenimiento del dosificador de productos químicos para utilizar la cantidad justa y necesaria en la limpieza y desinfección del establecimiento.
- ✓ Sustitución productos químicos por versiones más “ecológicas” y menos dañinas para el entorno.
- ✓ Formación de reciclaje sobre riesgos en el puesto de trabajo (Prevención de Riesgos Laborales), específicamente en relación con la manipulación de productos químicos.  
Presupuesto 2024: 2 horas de formación por la FEHV.  
Responsable: Denise  
Plazo: Noviembre 2024.

# Plan de Sostenibilidad 2023

## 5 IGUALDAD DE GÉNERO



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

**OBJETIVO:** Prevenir y erradicar del acoso laboral. Acciones:

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

Presupuesto 2024: 2 horas de trabajo mensuales    Responsable: Denise    Plazo: Enero – Diciembre 2024

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

- ✓ Colaboración con los “Galardones Cabanyal en Femení” organizado por el CF Cabanyal-Canyamelar Femení para el día de la mujer. Promoción en redes sociales.

Presupuesto 2024: 400 euros    Responsable: Denise    Plazo: Marzo 2024

- ✓ Práctica del rechazo al binarismo de género: evitar términos que asuman el pronombre o el género del cliente. Trabajar el uso de términos neutrales para dirigirnos a los consumidores.

Presupuesto 2024: 2 horas de formación + seguimiento.    Responsable: Denise    Plazo: Septiembre 2024.

- ✓ Apuesta por un equipo diverso e inclusivo. Incorporar personas con distintos orígenes y experiencias formativas. Presupuesto 2023: 10 horas de trabajo

Presupuesto 2024: Las necesarias para la búsqueda, entrevistas y selección.    Responsable: Alejandro    Plazo: Enero – Diciembre 2024

- ✓ Colaboración con figuras femeninas influyentes en el sector de la gastronomía. Por ejemplo, para dirigir el maridaje del VCF 2024.

Presupuesto 2024: 10 horas de trabajo    Responsable: Alejandro, Denise    Plazo: Enero – Diciembre 2024

- ✓ Contratación de servicios tercerizados priorizando el género femenino (para equilibrar el fontanero, carpintero, herrero...). Por ejemplo, interiorista del barrio para diseñar y ejecutar la reforma del comedor.

Presupuesto 2024: 10 horas de trabajo    Responsable: Alejandro    Plazo: Enero 2024

# Plan de Sostenibilidad 2023

## 5 IGUALDAD DE GÉNERO



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

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

- ✓ 60 % de plantilla mujeres, 6 con cargos de gerencia/responsables de área.
- ✓ Gestión de la formación en Dirección de Sala y Atención al cliente del Basque Culinary Center.  
Presupuesto 2024: 3090 euros curso + 1500 euros alojamiento + vuelos.  
Responsable: Denise  
Plazo: Febrero – Marzo 2024
- ✓ Fomento de la conciliación de la vida personal y familiar a través de solicitudes para la planificación de horarios.  
Presupuesto 2024: 1 hora semanal  
Responsable: Alejandro  
Plazo: Enero – Diciembre 2024

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

- ✓ Innovación en la gestión de procesos a través de aplicaciones informáticas nuevas, con la debida formación respecto de su uso correcto.  
Presupuesto 2024: 1 hora de formación mensual  
Responsable: Denise  
Plazo: Enero - Diciembre 2024

# Plan de Sostenibilidad 2023

## 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



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

**OBJETIVO:** Mejorar la satisfacción de los trabajadores. Acciones:

- ✓ Verificación de un ingreso justo y actualizado para los trabajadores, y de la seguridad en su puesto de trabajo.
- ✓ Rotación del personal en distintos tipos de actividades.
- ✓ Gestión de oportunidades para el desarrollo profesional en respuesta a la proactividad y la motivación personal.
- ✓ Generación de incentivos y recompensas como respuesta al esfuerzo dedicado al trabajo. Elaboración de distintivos para trabajadores con antigüedad de 20 años.  
Presupuesto 2024: Jornada formativa y brindis de 2 horas de trabajo      Responsable: Denise, Alejandro      Plazo: Septiembre 2024
- ✓ Facilitamos el acceso permanente a cursos de formación profesional, en relación con la hostelería, los idiomas y los recursos humanos. Plan de Formación 2022.  
Presupuesto 2024: Variable, sin límite definido      Responsable: Denise, Alejandro.      Plazo: Enero - Diciembre 2024

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

- ✓ Controlamos los riesgos de seguridad, higiene, ergonomía y psicología mediante un SPM y una figura interna encargada de velar por ello.  
Presupuesto 2024: 3 horas mensuales  
Responsable: Denise      Plazo: Enero - Diciembre 2024
- ✓ Análisis de gestión de pedidos, sistemas de organización y almacenamiento para aumentar la practicidad y facilitar las tareas “pesadas” fuera del servicio.  
Presupuesto: 1 hora semanal de trabajo  
Responsable: Denise      Plazo: Enero - Diciembre 2024

# Plan de Sostenibilidad 2023

## 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



**OBJETIVO.** Favorecer la conciliación laboral. Acciones:

- ✓ Adaptación de horarios de sala y cocina respetando nuestros propios criterios mínimos establecidos y revisados por Dirección.  
Presupuesto 2024: 3 horas semanales.  
Responsable: Alejandro (sala) + Roberto (cocina).  
Plazo: Enero - Diciembre 2024

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

- ✓ Asumimos el Código Ético de Turismo Valenciano garantizando la promoción de los derechos fundamentales, combatiendo la explotación de las personas en cualquiera de sus formas.
- ✓ Realización de una tertulia anual con temática de derechos fundamentales.  
Presupuesto 2024: 0 euros (patrocinada por Amstel).  
Responsable: Estefanía.  
Plazo: Enero - Diciembre 2024

**OBJETIVO:** Participar en agrupaciones fundadas como entidad cultural.

- ✓ Colaboración anual con agrupaciones generadoras de empleo.  
Presupuesto: 250 euros.  
Responsable: María.  
Plazo: Noviembre 2024

# Plan de Sostenibilidad 2023

## 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



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

**OBJETIVO:** Digitalizar los procesos. Acciones:

- ✓ Incorporación de un mayor número de dispositivos electrónicos, aplicaciones, sistemas, y códigos para la gestión de la información y ejecución de procesos.  
Presupuesto 2024: 4500 euros  
Responsable: María  
Plazo 2024: anual

**OBJETIVO.** Modernizar de instalaciones. Acciones:

- ✓ Local exclusivo para la oficina del restaurante, contiguo al mismo, para la centralización y organización de procesos de gestión.
- ✓ Aislamiento acústico insonorizando la oficina, el comedor y la sala de catas.
- ✓ Reforma del suelo del comedor y catas, decoración comedor y catas, iluminación comedor, reforma mueble del comedor, reforma suelo cocina, reforma cámara pisable  
Presupuesto 2023: 30000 euros aprox. + 14 días de cierre  
Responsable: Alejandro, María  
Plazo: Enero 2024

**OBJETIVO.** Fomentar la innovación en la sociedad. Acciones:

- ✓ Participación o promoción de al menos una jornada de innovación.  
Presupuesto 2024: indefinido  
Responsable: Denise.  
Plazo: Julio - Diciembre 2024

# Plan de Sostenibilidad 2023



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

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

- ✓ Envases ecológicos para los pedidos para llevar o también, para la comida sobrante.
- ✓ Disponibilidad de raciones distintas: plato, platito, medio o formato individual.
- ✓ Sistemas de almacenamiento basados en protocolos rigurosos para facilitar la adecuada rotación de productos.
- ✓ Provisión de la compra de productos en función a la afluencia estimada de clientes, teniendo en cuenta los eventos de la ciudad y en especial, los de nuestro barrio. Se utiliza calendario “previsor” en el programa de reservas, basado en las fluctuaciones de clientes (según informe de número de visitas) en formato de alarma.
- ✓ Aprovechamiento máximo del producto: compartiendo ingredientes clave, empleando recortes de productos frescos en la comida del personal, donando las partes no usadas de determinados alimentos a empresas que pueden darle uso.
- ✓ Sustitución de productos por sus versiones “plurales” como aquellos libre de gluten, sin lactosa, sin huevo y otros alérgenos, de manera que sea apto para diversas patologías, intolerancias o exigencia de clientes.
- ✓ Sustitución del azúcar monodosis actual por un formato en papel reciclado.
- ✓ Sustitución de plástico de sal y pimienta de un solo uso por reutilizables de madera.  
Presupuesto 2024: 250 euros    Responsable: Denise    Plazo: Febrero 2024
- ✓ Posibilidad de envío de facturas a clientes por mail en lugar de impresas.
- ✓ Eliminación de todos los productos químicos de limpieza (sustituidos por ozono en agua) excepto desinfectante y jabón.
- ✓ Sustitución rollos de papel de un solo uso por bayetas lavables.

**1. OBJETIVO:** Apoyar la agricultura sostenible. Acciones:

- ✓ Consumo de productos frescos y exclusivamente de temporada.
- ✓ Ampliación/variación de la oferta gastronómica basada principalmente en productos de KM 0, de interés agrario y de producción bajo plástico.

Presupuesto 2024: 1 hora mensual de trabajo

Responsable: Roberto, Denise, Alejandro.

Plazo: Enero - Diciembre 2024

# Plan de Sostenibilidad 2023



- ✓ Aumento de la visibilidad o el valor de los productores locales en redes sociales, al menos con una publicación al mes.  
Presupuesto 2024: 1 hora mensual de trabajo  
Responsable: Denise. Plazo: Enero - Diciembre 2024
- ✓ Priorización de la compra de productos con certificado CAE-CV  
Presupuesto 2024: 1 hora mensual de trabajo  
Responsable: Denise. Plazo: Enero – Diciembre 2024

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

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

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

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

- ✓ Promoción de al menos una jornada anual de consumo responsable.
- ✓ Publicación mensual en cualquiera de las redes sociales.  
Presupuesto: 1 hora de trabajo mensual  
Responsable: Denise. Plazo: Enero - Diciembre 2024
- ✓ Comunicación fija y actualizada de nuestras prácticas sostenibles a los proveedores para trabajar orientados hacia el mismo objetivo.
- ✓ Asignación de un espacio exclusivo en la bodega (y categoría distintiva) a los vinos naturales sin sulfitos añadidos y puesta en valor en pizarra.

# Plan de Sostenibilidad 2023

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

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

- ✓ Cálculo y registro de la huella de carbono del 2023.  
Presupuesto 2024: 12 horas de trabajo.  
Responsable: Denise. Plazo: Julio 2024
- ✓ Participación en proyectos de compensación de la huella de carbono: HortiGo o similar  
Presupuesto 2024: indefinido.  
Responsable: Denise Plazo: indefinido
- ✓ Digitalización de procesos a través de Yurest y Ágora  
Presupuesto 2024: 2 horas de trabajo semanales  
Responsable: Denise Plazo: Enero - Diciembre 2024

**OBJETIVO.** Promover la sostenibilidad en la sociedad. Acciones:

- ✓ Promoción/asistencia de al menos una jornada anual de medio ambiente.  
Presupuesto 2024: indefinido  
Responsable: María, Denise Plazo: Enero - Diciembre 2024
- ✓ Promoción mensual de las acciones en materia de sostenibilidad a través de las redes sociales.
- ✓ Presupuesto 2023: 2 horas mensuales de trabajo.
- ✓ Responsable: Denise Plazo: Enero - Diciembre 2024

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

- ✓ Instalación de parking exclusivo para bicicletas, patinetes, etc. equipado con hinchador de ruedas, kit de reparación de pinchazos y cargador de batería para los patinetes.

**13 ACCIÓN  
POR EL CLIMA**



# Plan de Sostenibilidad 2023



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

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

- ✓ Atún marinado del Mediterráneo a las siete especias, uno de nuestros platos estrella, es de calidad Balfegó, certificado como libre de Anisakis sin necesidad de congelación previa. Se caracterizan por la ausencia de estrés y sufrimiento en el sacrificio.
- ✓ La materia prima de La Lonja del Pescado, que la ofrecemos a la plancha, frita, al vapor y en cazuela.
- ✓ La Brújula, proveedor de conservas seleccionadas artesanas cuyas piezas son capturadas con artes de pesca tradicionales, de forma sostenible, en sus caladeros atlánticos al amanecer.
- ✓ Ramón Franco, proveedor de mejillones, cuya forma de realizar el trabajo huye de la producción masiva y de sabores estándar para seguir apostando por métodos y recetas tradicionales, altamente valorado por sus clientes. Se basan en la filosofía slow food, situándose como una de las empresas de referencia en el sector del cultivo, envasado y distribución de mejillón de alta calidad.
- ✓ Apoyo del carácter marinero del barrio. Utilizar las pizarras para incluir un producto nuevo, fresco y accesible.

Presupuesto: 1 hora de trabajo por producto a valorar.

Responsable: Roberto.

Plazo: Enero - Diciembre 2024

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

Presupuesto: indefinido

Responsable: Denise

Plazo: Enero – Diciembre 2024

# Plan de Sostenibilidad 2023

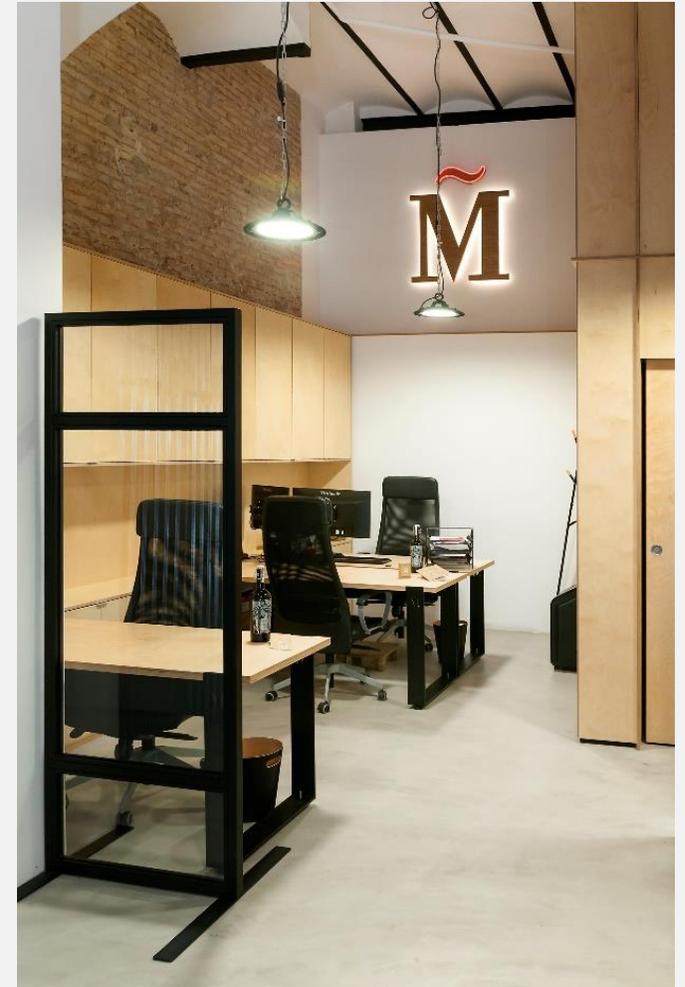


**META 15.1.** Para 2020, velar por la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los ecosistemas interiores de agua dulce y los servicios que proporcionan, en particular los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, en consonancia con las obligaciones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

**OBJETIVO:** Detener la pérdida de la diversidad biológica y preservar los recursos fitogenéticos de la C.V. Acciones:

- ✓ Valoración de la inclusión de una nueva semilla o semillas en peligro de extinción.  
 Presupuesto: 1 hora de trabajo mensual.  
 Responsable: Roberto y Denise. Plazo: Julio - Diciembre 2024
  - ✓ Selección de variedades autóctonas, especialmente aquellas recuperadas, para elaborar los menús degustación específicos.
- 2. OBJETIVO:** Apoyar a los productores locales. Acciones:
- ✓ Proyecto “Vuelta a las Raíces”, junto con Servicio de Producción Ecológica de la GVA y la Fundación Global Nature.
  - ✓ Promoción en carta y en pizarra (por copas) de vinos elaborados a partir de variedades autóctonas recuperadas.
  - ✓ Promoción de productos de temporada y proximidad, con Denominación de Origen o Indicación Geográfica Protegida, a través de las redes sociales y menús para eventos (Cuina Oberta, VCF, Tapas d’ací...).
- Presupuesto 2024: 1 hora semanal de trabajo.  
 Responsable: Alejandro, Roberto, Estefanía y Denise. Plazo: Enero - Diciembre 2024

# 4. Dimensión económica



# 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                        | 2021         | 2022        | 2023        |
|------------------------------------------|--------------|-------------|-------------|
| Importe neto cifra negocio (ingresos)    | 862.037,66 € | 1.786.694 € | 1.975.126 € |
| Empleados: Gastos de personal            | 454.249,65 € | 733.267 €   | 881.762 €   |
| Sociedad: Impuestos sobre las ganancias  | 27.906,36 €  | 13.195 €    | 38.395 €    |
| Proveedores: Otros gastos de explotación | 181.119,40 € | 270.455 €   | 241.980 €   |
| Amortizaciones y depreciaciones          | 17.532,55 €  | 18.680      | 24.593 €    |

# Dimensión económica

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

| RENTABILIDAD I                      | 2022         | 2023        |
|-------------------------------------|--------------|-------------|
| Beneficios después de impuestos (€) | 102.976,41   | 115.186 €   |
| Patrimonio neto (€)                 | 1.071.321,50 | 1.224.403 € |
| Ratio (x100)                        | 9,61         | 9,41        |

| RENTABILIDAD II                              | 2022         | 2023        |
|----------------------------------------------|--------------|-------------|
| Beneficio antes de intereses e impuestos (€) | 125.928,43   | 161.305 €   |
| Activo total (€)                             | 1.468.946,54 | 1.610.907 € |
| Ratio (x100)                                 | 8,57         | 10,01 €     |

| ENDEUDAMIENTO       | 2022         | 2023        |
|---------------------|--------------|-------------|
| Pasivo exigible (€) | 157.540,57   | 231.961 €   |
| Patrimonio neto(€)  | 1.071.321,50 | 1.224.903 € |
| Ratio               | 0,15         | 0,18        |

| PRODUCTIVIDAD                                | 2022       | 2023      |
|----------------------------------------------|------------|-----------|
| Beneficio antes de impuestos e intereses (€) | 125.928,43 | 161.305 € |
| Nº Medio de trabajadores                     | 26         | 26        |
| Ratio                                        | 4.843,40   | 6204,04   |

# 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 plantilla fija más mujeres que hombres.

**El salario medio del equipo humano se ha incrementado con respecto a 2022 y 2021.**

| SALARIOS                    | 2021    | 2022       | 2023       |
|-----------------------------|---------|------------|------------|
| Salario medio equipo humano | 1.773 € | 2.012,27 € | 2.211,44 € |

| IGUALDAD DIRECTIVA       |          |          |
|--------------------------|----------|----------|
|                          | Año 2022 | Año 2023 |
| Nº de mujeres directivas | 1        | 1        |
| Nº de directivos totales | 2        | 2        |
| Ratio                    | 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 2022 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 2022, 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



# Dimensión ambiental

## Enfoque de gestión de materiales (GRI-301)

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

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

El papel se utiliza principalmente en oficinas y el plástico se utiliza principalmente para envasar los alimentos, tanto con plástico de tipo film o para envasar al vacío. Se añade en la firma de los correos electrónicos de la empresa la sugerencia de evitar la impresión de emails si no fuera necesario. Se utiliza papel reciclado en la oficina, aunque su consumo en general ha sido considerablemente disminuido por la mayor introducción de programas y dispositivos electrónicos para la gestión de diferentes procesos (agendas, reservas, comandas, comunicación interna y externa, etc.). En el 2022 se han añadido Ágora como software de TPV y Yurest como gestor de tareas y comunicaciones.

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

Se adquieren los siguientes materiales certificados:

|                                                |                             |
|------------------------------------------------|-----------------------------|
| SERVILLETA DUNILIN 157466                      | FSC/ECO COMPOST TUV AUSTRIA |
| MANTELES INDIVIDUALES DUNICEL NEGROS<br>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 2022 con el dato del porcentaje total de materiales reciclados utilizados.

# Dimensión ambiental

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

El consumo de la energía cuantificado corresponde a la utilizada en oficinas, y cocinas. Se puede observar un **incremento del consumo eléctrico en el año 2023 con respecto a 2022 y 2021**. Esto es debido al crecimiento en número de servicios realizados, muy por encima del 2021 (época COVID).

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

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

No se identifican consumos energéticos fuera de la organización.

## Intensidad de la energía (GRI-302-3) (AM10)

Entendemos como intensidad de la energía el valor del consumo energético referido al indicador económico, en este caso la facturación. Como puede observarse, el **valor de intensidad mejora** en el año 2023 con respecto a 2022, lo que implica una mayor eficiencia en los procesos.

| Consumos                | Año 2021 | Año 2022 | Año 2023 |
|-------------------------|----------|----------|----------|
| Energía Eléctrica (kWh) | 75.919   | 89.379   | 96,474   |
| Gas Natural (kWh)       | 24.146   | 27.603   | 50,343   |

| Intensidad energía      | Año 2021 | Año 2022 | Año 2023 |
|-------------------------|----------|----------|----------|
| Energía Eléctrica (kWh) | 0,088    | 0,050    | 0,049    |
| Gas Natural (kWh)       | 0,028    | 0,015    | 0,025    |

| CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL |           |
|--------------------------|-----------|
| 2021                     | 3,6 E+11  |
| 2022                     | 4,2 E+11  |
| 2023                     | 5,3 E +11 |

# 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); Alcance 2 son las generadas del consumo de electricidad.

El consumo de gas en 2023 es superior al de 2022, lo que se corresponde con el incremento de producción. El consumo eléctrico es también superior, según lo esperado. En 2023 no ha habido fuga de gases fluorados. La huella de carbono se ha calculado en base a la calculadora del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, si bien dicha calculadora aún no incluye los datos del mix eléctrico correspondiente a 2022, por lo que los datos son estimativos y se recalcularán una vez se publiquen dichos datos

| Emisiones Gas Natural | Año 2021 | Año 2022 | Año 2023 |
|-----------------------|----------|----------|----------|
| Gas Natural kWh       | 24.146   | 27.603   | 50.343   |
| Kg CO2 eq. (*)        | 6.036,5  | 5.036,11 | 9.184,90 |
| t de CO2 eq.          | 6,04     | 5,04     | 9,18     |

(\*) Factor emisión publicados por el MITERD

| Emisiones fugitivas gases fluorados | Año 2021 | Año 2022 | Año 2023 |
|-------------------------------------|----------|----------|----------|
| Cantidad recargada (Kg)             | 0        | 0        | 0        |
| t de CO2 eq.                        | 0        | 0        | 0        |

(\*) Factor emisión publicados por el MITERD

| Emisiones Energía Eléctrica | Año 2021  | Año 2022 | Año 2023 |
|-----------------------------|-----------|----------|----------|
| Energía Eléctrica kWh       | 75.919    | 89.379   | 96.474   |
| Kg eq.de CO2 (*)            | 12.147,04 | 0        | 0        |
| t de CO2 eq.                | 12,15     | 0        | 0        |

(\*) Factor emisión publicado por el MITERD

# Dimensión ambiental

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

La huella de carbono generada en 2022 ha sido muy inferior a la generada en años anteriores gracias a que la energía eléctrica consumida proviene de fuentes de energía renovable en su totalidad, contando con Certificado de Garantía de Origen.

| HUELLA DE CARBONO           | Año 2021     | Año 2022    | Año 2023    |
|-----------------------------|--------------|-------------|-------------|
| Alcance 1 (t de CO2 eq.)    | 6,04         | 5,04        | 9,18        |
| Alcance 2 (t de CO2 eq.)    | 12,15        | 0           | 0           |
| <b>Total (t de CO2 eq.)</b> | <b>18,19</b> | <b>5,04</b> | <b>9,18</b> |

La huella de carbono generada durante los años 2021, 2022 Y 2023 será compensada mediante la participación en el proyecto HortiGo2, con el objeto de beneficiar a los agricultores y contribuir a conservar el patrimonio natural.

El proyecto piloto HortiGO va a permitir validar la metodología para convertir a la huerta valenciana en sumidero oficial de carbono.

De esta forma, se pondrían las absorciones de CO2 generadas en la huerta a disposición de las empresas y municipios para compensar sus emisiones a través de un proyecto local. Al mismo tiempo se promueve la conservación de los espacios naturales del entorno, se reconoce su valor y se contribuye a la viabilidad económica de la huerta, entre otros muchos beneficios

El proyecto se encuentra en la actualidad en fase de desarrollo, por lo que generaremos una bolsa de compensación en base a la huella de carbono generada, que se aplicará en el momento en el que el proyecto se ponga en marcha.



**AEO RENOVBLE**  **LA ENERGÍA QUE NECESITAS**

**AEO certifica que la energía eléctrica suministrada a:**

**MONTAÑA SELECCION SL**

**Código de Suministro (CUPS):** ES0021000008714881FV1F

es de origen **100% renovable**, contribuyendo así, a la preservación del medio ambiente y a la lucha contra el cambio climático.

AEO ha hecho efectiva con fecha 12/12/2022 la certificación de energía 100% renovable de acuerdo con el Sistema de Garantías de Origen y Etiquetado de la Electricidad de la Comisión Nacional del Mercado y la Competencia a través de la Orden Ministerial ITC/1522/2007. AEO cancelará garantías de origen de energía renovable correspondiente al suministro indicado, en la CNMC de acuerdo con la normativa vigente.

**AEO** es una marca de **Wind To Market, S.A.** N.I.F A-84000884

# Dimensión ambiental

## Enfoque de gestión del agua (GRI-303)

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

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



## Extracción de agua por fuente (GRI-303-1) (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 2021 | Año 2022  | Año 2023 |
| Agua (L)           | 832.000  | 1.075.000 | 692.692  |

| RATIO INTENSIDAD EN EL CONSUMO DE AGUA            |          |           |          |
|---------------------------------------------------|----------|-----------|----------|
|                                                   | Año 2021 | Año 2022  | Año 2023 |
| Consumo total de agua (L)                         | 832.000  | 1.075.000 | 692.692  |
| Ventas totales expresadas en volumen (nº tickets) | 16.234   | 23.982    | 21.975   |
| Ratio                                             | 51,25    | 44,83     | 31,52    |

## 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, cacaos del collaret y altramuces.
- ✓ Participación con frecuencia anual en la campaña de apoyo al consumo de productos locales “**Tapas d’aci**”, 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.
- ✓ 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.

# Dimensión ambiental

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

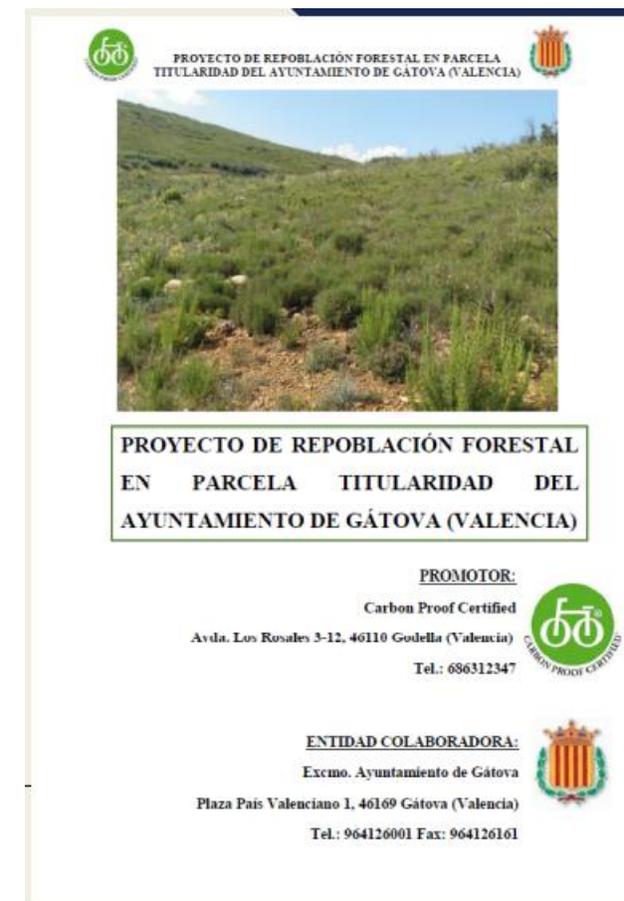
Ninguna de las instalaciones donde se desarrollan nuestras actuaciones se enmarcan en entornos de riqueza paisajística y biodiversidad.

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

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

## Hábitats protegidos o restaurados (GRI-304-3)

CASA MONTAÑA participó en el año 2021 un proyecto de **compensación de la huella de carbono**, mediante la repoblación de árboles en el Parque Natural de la Sierra Calderona. En la actualidad se tiene la intención de colaborar con Global Omnium en un proyecto que aúna la compensación de la huella de carbono con la recuperación de la huerta Valenciana. El proyecto piloto HortiGO va a permitir validar la metodología para convertir a la huerta valenciana en sumidero oficial de carbono. De esta forma, se pondrían las absorciones de CO2 generadas en la huerta a disposición de las empresas y municipios para compensar sus emisiones a través de un proyecto local. Al mismo tiempo que se promueve la conservación de los espacios naturales del entorno, se reconoce su valor y se contribuye a la viabilidad económica de la huerta, entre otros muchos beneficios.



**Levante**  
EL MERCANTIL VALENCIANO

ECCIONES | ECONOMÍA > **INNOVADORES** | ECONOMÍA | EL MERCANTIL VALENCIANO | FINANZAS PERSONALES | DISTRITO CERÁMICO | DISTRITO PORTUARIO | E

## 'Queremos convertir la huerta valenciana en sumidero de carbono'

El proyecto HortiGO2 beneficiará a un gran número de agricultores y contribuirá a conservar el patrimonio natural

# Dimensión ambiental

## Enfoque de gestión de efluentes y residuos (GRI-306-1) (GRI-306-4) (GRI-306-5)

La mayoría de los residuos generados en las cocinas en sala, siendo en menor medida los generados en almacén y oficinas. Se realiza una separación selectiva de aceite de freidoras, cartón y papel, vidrio, envases (latas, plásticos) y basura general, siendo depositados en los contenedores municipales correspondientes para su gestión a través de los servicios municipales de residuos de cada municipio en el que se trabaja. Únicamente el aceite usado de las freidoras es gestionado a través de un gestor específico autorizado, 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. En el año 2022, debido a la migración del sistema informático, no ha sido posible contabilizar las cantidades generadas. Al no contar con medidas de reducción y haberse incrementado la facturación, se ha realizado una estimación de las cantidades generadas en 2022, produciéndose por tanto un crecimiento en las mismas proporcional al 2021. Para el 2023 se ha podido comprobar utilizando el backoffice de ágora (analizando ventas de producto) y según el caso revisando facturas.

| Residuos                               | Año 2023    |
|----------------------------------------|-------------|
| Basura general (kg)                    | 32580       |
| Aceite cocina usado (kg)               | 460         |
| Tapones de corcho (Ud)                 | 24521       |
| Vidrio: Botellas 70/75 cl (Ud)         | 15928       |
| Vidrio: Botellas 33/37 cl + botes (Ud) | 8593 + 1776 |
| Latas conservas (Ud)                   | 1041        |
| Cajas cartón vinos (Ud)                | 4087        |
| Servilletas papel individual (Ud)      | 61291       |
| Manteles individuales pp (Ud)          | 61291       |

# Dimensión ambiental

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

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

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

Durante el año 2022 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 2023 se han seleccionado los siguientes proveedores nuevos con criterios ambientales:

|                                                |                                                                           |                                      |                                                                 |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| VINOS NATURALES Y ECOLÓGICOS<br>COOP. DE VIVER | PRODUCTOS DEL MAR DE CERCANÍA<br>COMINPORT (ANGUILA)<br>CLOCHINAS NAVARRO | AGRICULTURA ECOLÓGICA<br>ARAT NATURA | MATERIALES<br>SIEMRE VIVA GIN VALENCIANO<br>HORNO SAN BARTOLOMÉ |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|

## 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



# Dimensión social y Ética

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

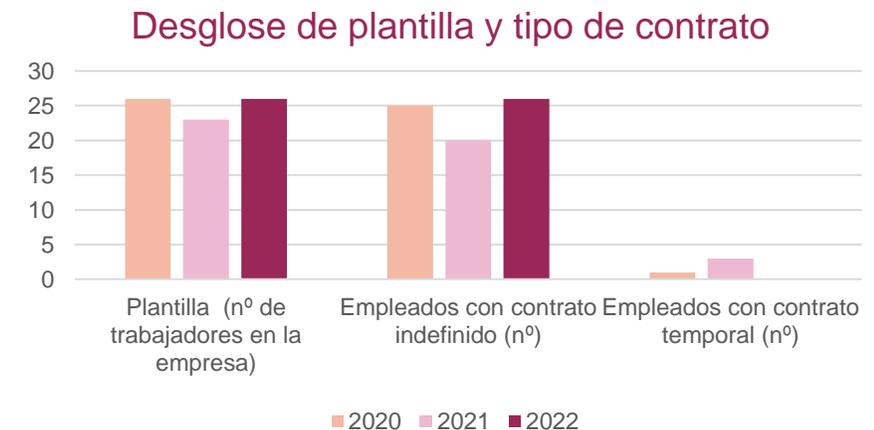
### Nuevas contrataciones y rotación media de empleados (GRI-2-7) (GRI-401-1) (SL4) (SL44)

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 2022. Actualmente en nuestra plantilla no contamos con personas con diversidad funcional

| DESGLOSE DE PLANTILLA POR TIPO DE EMPLEO, CONTRATO Y SEXO | Año 2021 |      | Año 2022 |      | Año 2023 |      |
|-----------------------------------------------------------|----------|------|----------|------|----------|------|
|                                                           | H        | M    | H        | M    | H        | M    |
| Plantilla (nº de trabajadores en la empresa)              | 8        | 15   | 9        | 17   | 11       | 18   |
| Empleados con contrato indefinido (nº)                    | 7        | 13   | 9        | 17   | 8        | 15   |
| Empleados con contrato temporal (nº)                      | 1        | 2    | 0        | 0    | 3        | 3    |
| Empleados cubiertos por convenio colectivo                | 100%     | 100% | 100%     | 100% | 100%     | 100% |
| Plantilla con alguna discapacidad                         | 0        | 0    | 0        | 0    | 0        | 0    |

### 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.



# 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 apuesta por la inserción de jóvenes al mercado laboral siendo el 38% de la plantilla menor a 30 años y al mismo tiempo se valora la veteranía y experiencia del personal de mayor edad teniendo un 23% de empleados mayores a 50 años.

| CREACIÓN DE EMPLEO                                  |          |          |
|-----------------------------------------------------|----------|----------|
|                                                     | Año 2022 | Año 2023 |
| Empleados totales                                   | 26       | 29       |
| Empleados totales año anterior                      | 23       | 26       |
| Ratio (Empleados totales /Empleados año anterior)-1 | 0,13     | 1,12     |

| ESTABILIDAD DEL EMPLEO                  |          |          |
|-----------------------------------------|----------|----------|
|                                         | Año 2022 | Año 2023 |
| Nº de empleados con contrato indefinido | 26       | 23       |
| Empleados totales                       | 26       | 29       |
| Ratio                                   | 1        | 0,79     |

| TASA ROTACIÓN                                  |          |          |
|------------------------------------------------|----------|----------|
|                                                | Año 2022 | Año 2023 |
| Nº de empleados que han dejado la organización | 3        | 8        |
| Nº empleados totales                           | 26       | 29       |
| Ratio                                          | 0,12     | 0,28     |

| EMPLEO JUVENIL                     |          |          |
|------------------------------------|----------|----------|
|                                    | Año 2022 | Año 2023 |
| Nº de empleados menores de 30 años | 10       | 17       |
| Empleados totales                  | 26       | 29       |
| Ratio                              | 0,38     | 0,59     |

| EMPLEO MAYORES                     |          |          |
|------------------------------------|----------|----------|
|                                    | Año 2022 | Año 2023 |
| Nº de empleados mayores de 50 años | 6        | 8        |
| Empleados totales                  | 26       | 29       |
| Ratio                              | 0,23     | 0,28     |

# Dimensión social y Ética

## 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 2022    | Año 2023  |
| Salario bruto anual más bajo de la organización | 17.634,05 € | 15.787,39 |
| Salario mínimo interprofesional                 | 14.000,00 € | 15.120,00 |
| Ratio                                           | 1,26        | 1,04      |

| RATIO DE DIFERENCIA SALARIAL                    |             |           |
|-------------------------------------------------|-------------|-----------|
|                                                 | Año 2022    | Año 2023  |
| Salario bruto anual más alto de la organización | 59.511,84 € | 59.511,84 |
| Salario mínimo interprofesional                 | 14.000,00 € | 15.120,00 |
| Ratio                                           | 4,25        | 3,94      |

## 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.

Ha habido un trabajador con derecho a permisos parentales en 2023.



# Dimensión social y Ética

## 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 | 2021    |         | 2022      |    | 2023 |    |
|------------------------------------------|---------|---------|-----------|----|------|----|
|                                          | H       | M       | H         | M  | H    | M  |
| Plantilla (Nº de personas en la empresa) | 8       | 15      | 9         | 17 | 11   | 18 |
| Horas trabajadas                         | no dato | no dato | 61.013,83 |    |      |    |
| Accidentes con baja (graves/leves)       | 0       | 4       | 0         | 0  | 0    | 0  |
| Accidentes sin baja                      | 0       | 0       | 0         | 0  | 0    | 0  |
| Accidentes mortales                      | 0       | 0       | 0         | 0  | 0    | 0  |
| Enfermedades profesionales               | 0       | 0       | 0         | 0  | 0    | 0  |
| Días perdidos por accidentes             | 0       | 29      | 0         | 0  | 0    | 0  |

En 2023 no hubo ningún accidente con baja, tanto el índice de accidentalidad en el trabajo como el de siniestralidad en el trabajo fueron 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 2022 | Año 2023 |
|----------------------------------------|----------|----------|
| Número de horas destinadas a formación | 699      | 250      |
| Empleados totales                      | 26       | 26       |
| Ratio                                  | 26,88    | 9,62     |

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 al servicio de alimentos y bebidas, gestión de clientes, RR. HH., idiomas y aquellos que sean solicitados por el personal. Dicho plan de formación se extiende a estudios de Máster, cursos cortos e inclusive jornadas. Se encuentran a disposición libros, manuales y guías. Como herramienta interna esencial, se 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 20% 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. El 54% de los trabajadores son nacidos en España. El 46% restante se compone por tres procedentes de República Dominicana, dos de Argentina y uno de cada uno de los siguientes países: Colombia, Francia, Rumanía, Bulgaria, Venezuela y Australia.

## 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 2021 | Año 2022 | Año 2023 |
|-------------------------|----------|----------|----------|
| Nº de empleadas mujeres | 8        | 9        | 25       |
| Nº de empleados hombres | 15       | 17       | 15       |
| Ratio                   | 0,53     | 0,53     | 1,67     |

## IGUALDAD DIRECTIVA

|                          | Año 2022 | Año 2023 |
|--------------------------|----------|----------|
| Nº de mujeres directivas | 1        | 1        |
| Nº de directivos totales | 2        | 2        |
| Ratio                    | 1        | 1        |

## IGUALDAD EN LA FORMACIÓN

|                                                           | Año 2022 | Año 2023 |
|-----------------------------------------------------------|----------|----------|
| Horas de formación impartida a empleadas mujeres          | 567      | 224      |
| Horas de formación totales impartidas a empleados totales | 699      | 250      |
| Ratio                                                     | 0,81     | 0,90     |

## IGUALDAD EN LAS NUEVAS CONTRATACIONES

|                                                 | Año 2022 | Año 2023 |
|-------------------------------------------------|----------|----------|
| Nº mujeres contratadas en los 3 últimos años    | 7        | 7        |
| Nº contrataciones totales en los 3 últimos años | 14       | 15       |
| Ratio                                           | 0,50     | 0,47     |

## IGUALDAD EN LA ESTABILIDAD LABORAL

|                         | Año 2022 | Año 2023 |
|-------------------------|----------|----------|
| Tasa rotación (mujeres) | 0,11     | XX       |
| Tasa de rotación total  | 0,12     | XX       |
| Ratio                   | 0,96     | XX       |

# Dimensión social (GRI 400)

## Enfoque de gestión sobre comunidades locales (GRI-413)

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

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

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

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

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

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

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



# Dimensión social (GRI 400)



## GUIA SUSTENTABLE

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



**Missions València 2030**  
En relación con la Misión Climática València 2030

**Casa Montaña**

muestra su apoyo con la Misión y se compromete a llevar a cabo un plan de acción para la reducción de sus emisiones de gases de efecto invernadero. De esta forma, pasa a formar parte de la

**Alianza por la Misión Climática**

iniciativa que muestra que la ciudadanía, las empresas privadas, las administraciones públicas, las organizaciones sociales, los centros académicos y los medios de comunicación están unidos por una Misión conjunta:

**conseguir que València sea una ciudad climáticamente neutra e inteligente en 2030, por y para la ciudadanía.**

Únicamente con la acción conjunta de toda la sociedad, de acuerdo con la responsabilidad y capacidad de cada uno, se conseguirá un cambio real y duradero en València, que beneficie a todos y todas.



AJUNTAMENT DE VALÈNCIA



València 2030



Missions València 2030



#POR EL CLIMA

[alianza.missionsvalencia.eu](http://alianza.missionsvalencia.eu)

## ALIANZA POR LA MISIÓN CLIMÁTICA

Impulsado por el Ayuntamiento de Valencia (Capital Verde Europea).



**SOCIALMED 23**  
Festival de los Derechos Humanos

**EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA DE MARIA JOSE COLOMER DE SEMANA SANTA MARINERA**

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



**APORTACION COFRADIA DEL BARRIO**

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



## TERTULIAS BIMENSUALES DIVULGATIVAS – 2023

- Energía y Sostenibilidad (Febrero)
- El poder de los derechos humanos (Abril)
- El futuro de la cultura (Julio)
- Cómo navegar la inflación desde la hostelería (Octubre)
- Longevidad: el éxito de la vida (Diciembre)



## VALENCIA CULINARY FESTIVAL 2023 - CENA CON PRODUCTORES MESA REDONDA

Apoyando a los productores, al comercio local y a nuestra ciudad.



**PATROCINADORES DEL CLUB DE FÚTBOL CABANYAL - CANYAMELAR FEMENINO**





GESTIÓN DE LOS GALARDONES CABANYAL EN FEMENÍ

# Dimensión social (GRI 400)

DONACIÓN  
CONCIERT  
O  
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  
ASOCIACIÓN  
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. Plan de Acción 2023-2024



## Registro SIR y Plan de Acción.

CASA MONTAÑA ha realizado el proceso de Autoevaluación determinado por el Decreto 200/2022 de 25 de noviembre, del Consell, por el que se regula la responsabilidad social en las entidades valencianas, con el fin de inscribirse en el Registro de Entidades Valencianas Socialmente Responsable (Registro SIR). Como consecuencia de dicha Autoevaluación, se ha realizado un análisis de los resultados, detectándose y analizándose aquellos indicadores en los que no se ha alcanzado la puntuación máxima. Se ha contrastado dichos indicadores con las dimensiones con mayor relevancia tanto estratégica para la entidad, como para los grupos de interés.

En base a todo ello, CASA MONTAÑA ha determinado abordar e implementar una serie de acciones en materia social, ambiental, económica y de gobernanza que permitan mejorar el resultado de aquellos indicadores con menor puntuación y que presenten una relevancia estratégica para la organización y/o tengan una mayor incidencia en los grupos de interés. Las acciones se han planificado para el período 2023-2024, con el fin de hacerlas coincidir con la siguiente renovación del Registro SIR.

La inscripción en el Registro SIR permitirá a CASA MONTAÑA. evidenciar su grado de compromiso con la Responsabilidad Social y la Sostenibilidad, y le permitirá planificar acciones de mejora continua en todos los aspectos relevantes.



## ASPECTOS SOCIALES Y LABORALES

| INDICADOR                                                          | PUNTUACIÓN 2022 | PUNTUACIÓN MÁXIMA | Relevancia estratégica CASA MONTAÑA | Relevancia grupos interés | ACCIONES DE MEJORA                                                                                       | PLAZO       | RESPONSABLE | RECURSOS         |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------------|
| SL3. Igualdad Salarial                                             |                 | 1,5               | ✓                                   | ✓                         | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL4. Igualdad en el Empleo                                         | 1               | 1,5               | ✓                                   | ✓                         | No se realizarán acciones al considerar que se realiza una correcta gestión de la igualdad en el empleo. |             |             |                  |
| SL5. Igualdad directiva                                            | 1,5             | 1,5               |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL9. Igualdad en las Nuevas Contrataciones                         | 1,5             | 1,5               |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL10. Igualdad en la estabilidad laboral                           | 0,5             | 1,5               |                                     | ✓                         | No se realizarán acciones al considerar que se realiza una correcta gestión de la igualdad en el empleo. |             |             |                  |
| SL11. Igualdad en la formación                                     | 0,5             | 1,5               | ✓                                   | ✓                         | Incrementar horas de formación interna a las trabajadoras.                                               | 2023 - 2024 | Dirección   | RRHH- Económicos |
| SL12. Política de diversidad                                       | 1               | 1                 |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           | 2023 -2024  | Dirección   | RRHH             |
| SL14. Empleo juvenil                                               | 1               | 1                 |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL15. Empleo mayores                                               | 1               | 1                 |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL17. Estabilidad del empleo                                       | 1,5             | 1,5               |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL18. Dignidad salarial                                            |                 | 1,5               | ✓                                   | ✓                         | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL19. Ratio de diferencia salarial                                 |                 | 1                 |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL20. Tasa de retorno al trabajo                                   |                 | 1,5               |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL21. Tasa de retención                                            |                 | 1,5               | ✓                                   |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL22. Tasa de rotación                                             | 1,5             | 1,5               | ✓                                   |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL23. Horas destinadas a formación                                 | 1,34            | 2                 | ✓                                   | ✓                         | Incremento de la formación interna de los trabajadores.                                                  | 2024        | Dirección   | RRHH             |
| SL26. Accidentalidad en el trabajo (índice de incidencia con baja) | 1,5             | 1,5               | ✓                                   |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL27. Siniestralidad en el trabajo                                 | 1,5             | 1,5               | ✓                                   | ✓                         | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL32. Existencia de un plan de acogida                             | 1               | 1                 | ✓                                   |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL35. Derechos por permiso maternal                                |                 | 1,5               |                                     | ✓                         | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL36. Derechos por permiso paternal                                |                 | 1,5               |                                     | ✓                         | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL38. Valor económico generado (VEG)                               | 0               |                   |                                     |                           | Plan económico de la empresa                                                                             |             |             |                  |
| SL39. Valor económico distribuido (VED)                            |                 |                   |                                     |                           | Plan económico de la empresa                                                                             |             |             |                  |
| SL40. Valor económico retenido (VER) = VEG - VED                   |                 |                   |                                     |                           | Plan económico de la empresa                                                                             |             |             |                  |
| SL41. Asistencia financiera del Gobierno                           | 0,75            | 1                 |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL45. Creación de empleo                                           | 3               | 3                 | ✓                                   | ✓                         | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL47. Normalización lingüística (I)                                | 1               | 1                 |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| SL48. Normalización lingüística (II)                               | 1               | 1                 |                                     |                           | No necesarias.                                                                                           |             |             |                  |
| <b>TOTAL ASPECTOS SOCIALES Y LABORALES</b>                         | <b>22,09</b>    | <b>35,5</b>       |                                     |                           | 84 de 94                                                                                                 |             |             |                  |

## ASPECTOS ÉTICOS

| INDICADOR                                                                           | PUNTUACIÓN   |             | Relevancia estratégica<br>CASA MONTAÑA | Relevancia grupos<br>interés | ACCIONES DE MEJORA                                                                                                               | PLAZO | RESPONSABLE | RECURSOS            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------|---------------------|
|                                                                                     | 2022         | MÁXIMA      |                                        |                              |                                                                                                                                  |       |             |                     |
| ET6. Identificación de riesgos materiales                                           | 2,5          | 2,5         |                                        |                              | No necesarias.                                                                                                                   |       |             |                     |
| ET7. Evaluación de riesgos materiales                                               | 2,5          | 2,5         |                                        |                              | No necesarias.                                                                                                                   |       |             |                     |
| ET8. Mitigación de riesgos materiales ESG                                           | 2,5          | 2,5         |                                        |                              | No necesarias.                                                                                                                   |       |             |                     |
| ET10. La entidad es transparente y se somete al escrutinio de los grupos de interés | 0,5          | 1           | ✓                                      | ✓                            | No se considera necesario. Publicación de la memoria de sostenibilidad en la página web, Certificado S Sostenibilidad Turística. |       |             |                     |
| ET11. La entidad se somete a auditoría interna de sus cuentas anuales               | 0,5          | 1           |                                        |                              | No se considera.                                                                                                                 |       |             |                     |
| ET12. Formación en anticorrupción de las personas empleadas                         | 0,75         | 3           | ✓                                      | ✓                            | Realizar formación en Anticorrupción                                                                                             | 2023  | Dirección   | RRHH-<br>Economicos |
| ET16. Número de casos de corrupción identificados                                   | 2            | 2           |                                        |                              | No necesarias.                                                                                                                   |       |             |                     |
| ET19. Plazo medio de pago a proveedores                                             | 2            | 2           | ✓                                      | ✓                            | No se realizarán acciones adicionales al control y procedimiento de control de suministros externos.                             |       |             |                     |
| ET20. La entidad dispone de web corporativa                                         | 0,5          | 1           | ✓                                      |                              | No se considera necesario realizar cambios en la web.                                                                            |       |             |                     |
| ET21. Las cuentas anuales de la entidad son públicas.                               | 1            | 1           |                                        |                              | No necesarias.                                                                                                                   |       |             |                     |
| ET22. La entidad elabora una memoria anual de actividades.                          | 1            | 1           | ✓                                      | ✓                            | No necesarias.                                                                                                                   |       |             |                     |
| <b>TOTAL ASPECTOS ÉTICOS</b>                                                        | <b>15,75</b> | <b>19,5</b> |                                        |                              |                                                                                                                                  |       |             |                     |

## ASPECTOS AMBIENTALES

| INDICADOR                                      | Puntuación |           | Relevancia estratégica<br>CASA MONTAÑA | Relevancia grupos<br>interés | ACCIONES DE MEJORA | PLAZO | RESPONSABLE | RECURSOS |
|------------------------------------------------|------------|-----------|----------------------------------------|------------------------------|--------------------|-------|-------------|----------|
|                                                | 2022       | MÁXIMA    |                                        |                              |                    |       |             |          |
| AM1. Emisiones totales                         | 0          |           |                                        |                              | No necesarias.     |       |             |          |
| AM2. Ratio de intensidad de emisiones          | 7          | 7         | ✓                                      | ✓                            | No necesarias.     |       |             |          |
| AM7. Consumo total de agua                     | 0          |           |                                        |                              | No necesarias.     |       |             |          |
| AM8. Ratio de intensidad en el consumo de agua | 7          | 7         |                                        |                              | No necesarias.     |       |             |          |
| AM9. Consumo energético total                  | 0          |           |                                        |                              | No necesarias.     |       |             |          |
| AM10. Ratio de intensidad energética           | 7          | 7         | ✓                                      | ✓                            | No necesarias.     |       |             |          |
| <b>TOTAL ASPECTOS AMBIENTALES</b>              | <b>21</b>  | <b>21</b> |                                        |                              |                    |       |             |          |

## ASPECTOS SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

| INDICADOR                                                                | Puntuación  |           | Relevancia estratégica<br>CASA MONTAÑA | Relevancia grupos<br>interés | ACCIONES DE MEJORA                              | PLAZO       | RESPONSABLE | RECURSOS |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------|----------------------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------|-------------|-------------|----------|
|                                                                          | 2022        | MÁXIMA    |                                        |                              |                                                 |             |             |          |
| ID1. Capacidad innovadora: número de patentes obtenidas en el último año | 0,5         | 2         |                                        |                              | No procede por tipo de actividad de la empresa. |             |             |          |
| ID2. Inversión en I+D+i                                                  | 0,75        | 3         |                                        |                              | Incrementar las inversiones                     | 2023 - 2024 | Dirección   | 20.000 € |
| ID3. Rentabilidad I                                                      | 1,5         | 2         | ✓                                      | ✓                            | No necesarias.                                  |             |             |          |
| ID4. Rentabilidad II                                                     | 1,5         | 2         | ✓                                      | ✓                            | No necesarias.                                  |             |             |          |
| ID5. Endeudamiento                                                       | 0,67        | 2         | ✓                                      | ✓                            | Realizar más inversiones                        | 2023 - 2024 | Dirección   | 20.000 € |
| ID6. Productividad                                                       | 0,5         | 2         | ✓                                      |                              | No necesarias.                                  |             |             |          |
| <b>TOTAL ASPECTOS ECONÓMICOS</b>                                         | <b>5,42</b> | <b>13</b> |                                        |                              |                                                 |             |             |          |

| DIMENSIÓN                            | PUNTUACIÓN OBTENIDA | PUNTUACIÓN MÍNIMA | PUNTUACIÓN MÁXIMA |
|--------------------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|
| Aspectos sociales y laborales        | 24,88               | 14                | 35,50             |
| Aspectos éticos                      | 16,67               | 9                 | 19,50             |
| Aspectos medioambientales            | 14                  | 9                 | 21                |
| Aspectos de sostenibilidad económica | 7,92                | 4                 | 13                |
| TOTAL                                | 63,47               | 36                | 89                |

### Cumplimiento voluntario adicional

CASA MONTAÑA ha sido pionera en la obtención del certificado S de SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA del ICTE a nivel nacional evidenciando su compromiso con la sostenibilidad y cumplimiento de los objetivos ODS de la agenda 2030. Tenemos registrada nuestra huella de carbono en el Ministerio de Transición Ecológica. Publicamos nuestras memorias de sostenibilidad desde año 2021.

CASA MONTAÑA además está certificada en Q de calidad del ICTE y distinguida con el compromiso SICTED de la ciudad de Valencia. Además, estamos adheridos al código ético de turismo valenciano.

Estamos muy comprometidos con la comunidad local, realizamos patrocinios a distintas entidades, como club de fútbol Cabanyal-Canyamelar femenino y realizamos donaciones a distintas asociaciones.

Aspectos sociales: +1 punto; Aspectos éticos: +1 punto; Aspectos económicos +1 punto.

Por ello, se podría incrementar la puntuación en un total de 3 puntos.

# 8. Principios para la elaboración del informe



# Principios para la elaboración del informe (GRI 101)

---

CASA MONTAÑA ha elaborado la presente Memoria de Sostenibilidad según la metodología basada en los Estándares GRI, haciendo referencia al período de 2022. La Memoria de Sostenibilidad trata de informar de forma fiel sobre la gestión que realiza CASA MONTAÑA materia de Sostenibilidad y Responsabilidad Social según los indicadores del periodo 2022. La Memoria de Sostenibilidad contempla, además, los indicadores de Responsabilidad Social incluidos en el Anexo II del Decreto 200/2022 de 25 de noviembre, del Consell, por el que se regula la responsabilidad social en las entidades valencianas.

## **Inclusión de los grupos de Interés**

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

## **Contexto de sostenibilidad**

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

## **Materialidad**

CASA MONTAÑA ha determinado la materialidad de sus actuaciones teniendo en cuenta las expectativas de los grupos interés, los impactos positivos y negativos de las actividades que realiza y del entorno en el que se encuentra. Se ha definido una metodología para el análisis de materialidad relacionada además con la selección y priorización de los ODS.

## **Exhaustividad**

Se ha tratado de incluir en la memoria la evolución de la empresa mediante el análisis de datos e indicadores de al menos dos años, siempre que se cuente con ellos, y se ha iniciado el proceso de identificación, análisis y registro de aquellos indicadores que son de nueva creación, tanto en aspectos ambientales como sociales o económicos, de forma que permitan evidenciar la evolución del grupo en los temas materiales.

# Principios para la elaboración del informe (GRI 101)

---

## **Precisión**

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

## **Equilibrio**

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

## **Claridad**

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

## **Comparabilidad**

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

## **Fiabilidad**

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

## **Puntualidad**

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

# Principios para la elaboración del informe

## **Periodo objeto del informe (GRI-2-3)**

Este informe es referente al año 2022 (de Enero a Diciembre de 2022) coincidiendo con el año fiscal.

## **Fecha del último informe (GRI-2-3)**

El presente es el segundo informe que confecciona CASA MONTAÑA según la metodología GRI STANDAR. El primero fue publicado en Enero del 2022.

## **Ciclo de elaboración de informes (GRI-2-3)**

Bienal.

## **Actualización de la información (GRI-2-4)**

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

## **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](http://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 2022.

## **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](mailto:calidad@emilianobodega.com)

[www.emilianobodega.com](http://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 2022.



| 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                              | 91                |
|                                                                | 2-4 Actualización de la información                                                         | 91                |
|                                                                | 2-5 Verificación externa                                                                    | 91                |
| 2. Actividades y trabajadores                                  | 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales                             | 14,15,16,16,17,18 |
|                                                                | 2-7 Empleados                                                                               | 66                |
| 3. Gobernanza                                                  | 2-9 Estructura de gobernanza y composición                                                  | 4, 7, 8,          |
|                                                                | 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos                            | 11                |
|                                                                | 2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad | 7                 |
|                                                                | 2-16 Comunicación de inquietudes críticas                                                   | 11,12,27          |

| GRI 2: CONTENIDOS GENERALES               |                                                                     | PÁGINAS  |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------|
| 3. Gobernanza                             | 2-21 Ratio de compensación total anual                              | 68       |
|                                           | 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                  | 27       |
|                                           | 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes | 27       |
|                                           | 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         | 25       |
|                                           | 2-30 Convenios de negociación colectiva                             | 66       |
| GRI 3: TEMAS MATERIALES                   |                                                                     |          |
| Temas materiales                          | 3-1 Proceso de determinación de los temas materiales                | 22,23,27 |
|                                           | 3-2 Lista de temas materiales                                       | 30,32    |
|                                           | 3-3 Gestión de los temas materiales                                 | 31,32    |

| GRI 200 DIMENSIÓN ECONÓMICA     |                                                                                                                            | PÁGINAS |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Desempeño económico          | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido                                                                       | 51      |
|                                 | 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno                                                                          | 51      |
| 2. Presencia en el mercado      | 202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local                              | 53      |
|                                 | 202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local                                                     | 53      |
| 3. Impactos económicos directos | 203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados                                                                 | 53      |
|                                 | 203-2 Impactos económicos indirectos significativos                                                                        | 53      |
| 4. Prácticas de adquisición     | 204-1: Proporción de gasto en proveedores locales                                                                          | 54      |
|                                 | 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción                                                    | 54      |
| 5. Anticorrupción               | 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción                                             | 54      |
|                                 | 205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas                                                                    | 54      |
|                                 | 206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | 54      |

| GRI 300: DIMENSIÓN AMBIENTAL |                                                                                                                                                                                         | PÁGINAS |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 2. Energía                   | 302-1 Consumo energético dentro de la organización                                                                                                                                      | 57      |
|                              | 302-3 Intensidad energética                                                                                                                                                             | 57      |
|                              | 303-1 Interacción con el agua como recurso compartido                                                                                                                                   | 60      |
| 3. Agua                      | 303-4 Vertido de aguas                                                                                                                                                                  | 60      |
|                              | 303-5 Consumo de agua                                                                                                                                                                   | 37      |
|                              | 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 | 62      |
| 4. Biodiversidad             | 304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad                                                                                             | 62      |
|                              | 304-3 Hábitats protegidos o restaurados                                                                                                                                                 | 62      |
|                              | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)                                                                                                                                             | 58      |
| 5. Emisiones                 | 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)                                                                                                                        | 58      |
|                              | 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI                                                                                                                                                | 58      |
|                              | 305-5 Reducción de las emisiones de GEI                                                                                                                                                 | 59      |
| 6. Residuos                  | 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos                                                                                                    | 63      |
|                              | 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos                                                                                                                  | 63      |
|                              | 306-3 Residuos generados                                                                                                                                                                | 63      |
|                              | 306-4 Residuos no destinados a eliminación                                                                                                                                              | 63      |
| 7. Cumplimiento ambiental    | 307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental                                                                                                                            | 64      |
| 8. Proveedores               | 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales                                                                                   | 64      |
|                              | 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas                                                                                                       | 64      |

| GRI 400: DIMENSIÓN SOCIAL                 |                                                                                                          | PÁGINAS |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Empleo                                 | 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal                                          | 66,67   |
|                                           | 401-3 Permiso parental                                                                                   | 68      |
| 2. Relaciones trabajador-empresa          | 402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales                                                | 68      |
|                                           | 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo                                        | 69      |
|                                           | 403-3 Servicios de salud en el trabajo                                                                   | 69      |
|                                           | 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo  | 69      |
| 3. Salud y seguridad en el Trabajo        | 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo                                    | 69      |
|                                           | 403-6 Fomento de la salud de los trabajadores                                                            | 69      |
|                                           | 403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo                          | 69      |
|                                           | 403-9 Lesiones por accidente laboral                                                                     | 69      |
|                                           | 403-10 Dolencias y enfermedades laborales                                                                | 69      |
|                                           | 404-1 Media de horas de formación al año por empleado                                                    | 70      |
| 4. Formación y enseñanza                  | 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición         | 70      |
|                                           | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional | 70      |
|                                           | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleado                                                       | 72      |
| 5. Diversidad e igualdad de oportunidades | 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.                           | 72      |
|                                           | 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas                                         | 71      |

# 10. Índice de indicadores entidades valencianas socialmente responsables

(Anexo II DECRETO 200/2022)



| ASPECTOS SOCIALES Y LABORALES | Indicador                                  | Pág                                    | Indicador                                                          | Pág                                  | Indicador                                        | Pág |
|-------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------|-----|
|                               | SL3. Igualdad salarial                     | 53                                     | SL18. Dignidad salarial                                            | 68                                   | SL35. Derechos por permiso maternal              | 68  |
|                               | SL4. Igualdad en el empleo                 | 66                                     | SL19. Ratio de diferencia salarial                                 | 68                                   | SL36. Derechos por permiso paternal              | 68  |
|                               | SL5. Igualdad directiva                    | 53                                     | SL20. Tasa de retorno al trabajo                                   | 68                                   | SL38. Valor económico generado (VEG)             | 51  |
|                               | SL9. Igualdad en las nuevas contrataciones | 72                                     | SL21. Tasa de retención                                            | 68                                   | SL39. Valor económico distribuido (VED)          | 51  |
|                               | SL10. Igualdad en la estabilidad laboral   | 72                                     | SL22. Tasa de rotación                                             | 67                                   | SL40. Valor económico retenido (VER) = VEG – VED | 51  |
|                               | SL11. Igualdad en la formación             | 72                                     | SL23. Horas destinadas a formación                                 | 70                                   | SL41. Asistencia financiera del Gobierno         |     |
|                               | SL12. Política de diversidad               | 71                                     | SL26. Accidentalidad en el trabajo (índice de incidencia con baja) | 69                                   | SL44. Número de personas empleadas totales       | 66  |
|                               | SL14. Empleo juvenil                       | 67                                     | SL27. Siniestralidad en el trabajo                                 | 69                                   | SL45. Creación de empleo                         | 67  |
|                               | SL15. Empleo de mayores                    | 67                                     | SL31. Convenio de negociación colectiva                            | 66                                   | SL47. Normalización lingüística (I)              | 71  |
| SL17. Estabilidad del empleo  | 67                                         | SL32. Existencia de un plan de acogida | 70                                                                 | SL48. Normalización lingüística (II) | 71                                               |     |

|                      | Indicador                                                                           | Pág      | Indicador                                                             | Pág | Indicador                                                  | Pág |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------|-----|------------------------------------------------------------|-----|
| ASPECTOS ÉTICOS      | ET6. Identificación de riesgos materiales                                           | 22,30,32 | ET11. La entidad se somete a auditoría interna de sus cuentas anuales | 13  | ET20. La entidad dispone de web corporativa                | 91  |
|                      | ET7. Evaluación de riesgos materiales                                               | 22,32    | ET12. Formación en anticorrupción de las personas empleadas           | 70  | ET21. Las cuentas anuales de la entidad son públicas.      | 13  |
|                      | ET8. Mitigación de riesgos materiales ESG                                           | 30,31    | 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 | 91       | ET19. Plazo medio de pago a proveedores                               | 15  |                                                            |     |
| ASPECTOS AMBIENTALES | AM1. Emisiones totales                                                              | 58       | AM7. Consumo total de agua                                            | 60  | AM9. Consumo energético total                              | 57  |
|                      | AM2. Ratio de intensidad de emisiones                                               | 58       | AM8. Ratio de intensidad en el consumo de agua                        | 60  | AM10. Ratio de intensidad energética                       | 57  |
| SOSTENIB. ECONÓMICA  | ID1. Capacidad innovadora: número de patentes obtenidas en el último año            | 53       | ID3. Rentabilidad I                                                   | 52  | ID5. Endeudamiento                                         | 52  |
|                      | ID2. Inversión en I+D+i                                                             | 53       | ID4. Rentabilidad II                                                  | 52  | ID6. Productividad                                         | 52  |

**MONTAÑA SELECCIÓN S.L.**

C/ José Benlliure, 69 bajo  
Valencia  
(España)  
Tel. (+34) 963 672 314

[calidad@emilianobodega.com](mailto:calidad@emilianobodega.com)

[www.emilianobodega.com](http://www.emilianobodega.com)

Con el asesoramiento de **masuno**