

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**GRUPO HOSTELERO CINCA MEDIO, S.A.U. -  
PISCIS MONZÓN**  
CIF:A22304646  
Plaza Aragón nº: 1.-  
22400 - MONZÓN  
Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

GRUPO HOSTELERO CINCA MEDIO, S.A.U.

#### 02 - Dirección - CP - Población

PLAZA ARAGON, 1  
22400 MONZON

#### 03 - Sector. Actividad

HOSTELERÍA Y HOTELERÍA

#### 04 - Año comienzo actividad.

1948

#### 05 - Número de personas empleadas

70

#### 06 - Persona contacto

LAURA SANCHEZ

#### 07 - E-mail contacto

[l.sanchez@gmasfarre.com](mailto:l.sanchez@gmasfarre.com)

#### 08.- Página web

[www.masfarre.es](http://www.masfarre.es)

### GENERAL

#### Tendencias Globales

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

- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

### **1.1 Información adicional**

#### **AMBIENTALES:**

Prevenir, gestionar y reparar los principales impactos ambientales.

Optimizar la gestión ambiental.

Descarbonización de la compañía.

Consumo eficiente del agua.

Desarrollo de una estrategia de economía circular.

Concienciar a nuestras personas y a nuestros clientes y hacerles partícipes del impacto ambiental

#### **SOCIALES:**

Garantizar que nuestros establecimientos protejan la salud, el bienestar y la seguridad de nuestros empleados.

Introducir la diversidad, la inclusión y la equidad como variables estratégicas en la gestión del talento.

Promover la accesibilidad universal.

Formación continua a nuestras personas en sostenibilidad y ODS.

Apoyar a los proveedores en el conocimiento y la evolución de su sostenibilidad.

Sensibilizar a los clientes para hacer un turismo más sostenible, inclusivo y accesible.

Ser agentes de cambio y transformación positiva en cada comunidad a través de alianzas.

#### **BUEN GOBIERNO:**

Desarrollar un código de comportamiento para nuestros establecimientos.

Fomentar la cultura ética y el liderazgo humanista.

Monitorizar el sistema de Compliance transversal.

Formalizar el modelo de relación con los grupos de interés basado en el diálogo y la comunicación continua.

Priorizar los criterios ASG en compras.

Determinar los estándares mínimos de conducta para proveedores.

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

### **2.1. Información adicional**

Para MasFarré es importante analizar la materialidad.

La materialidad es un aspecto clave para la gestión de la compañía que consiste en el análisis y la concreción de los que se consideran como temas relevantes para MASFARRÉ y sus grupos de interés. Estos temas relevantes incluyen aquellos asuntos importantes para una gestión sostenible de la empresa y aquellos que pueden influir en las decisiones y los comportamientos de los grupos de interés en relación con nuestra compañía.

Es un concepto que enfatiza la necesidad de que la organización considere no solo cómo sus actividades inciden en la sociedad y el medioambiente, sino también cómo los factores ambientales y sociales externos afectan a su rendimiento financiero

## **Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

### **3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?**

#### **3.1. Información adicional**

En MasFarré se pretende cumplir los criterios de materialidad si es material desde la perspectiva de impacto, la perspectiva financiera o ambas perspectivas:

Materialidad de impacto: identifica los asuntos materiales relacionados con impactos significativos reales o potenciales sobre las personas o el medioambiente, tanto impactos causados directamente por la empresa como los que tenga o pueda tener en toda su cadena de valor.

Materialidad financiera: se refiere a la identificación de aquellos asuntos materiales que desencadenan efectos financieros para la compañía, que generan o pueden generar riesgos u oportunidades que influyen en los flujos de caja futuros y, por lo tanto, en el valor de la empresa.

Con el análisis de doble materialidad podemos conocer los aspectos ASG más relevantes e incorporarlos en la toma de decisiones y el reporte. Una vez se han identificado y priorizado los grupos de interés de MASFARRÉ, se lleva a cabo una fase de análisis de información interna y externa, con la que obtenemos un listado de asuntos materiales sobre los que se hace la evaluación de doble impacto.

### **4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?**

#### **4.1. Información adicional**

En nuestra empresa, la gestión del presupuesto para proyectos sociales y medioambientales se lleva a cabo desde dos áreas importantes: comunicación y dirección.

\*Comunicación: Este equipo se encarga de contarle a todos sobre los proyectos en los que estamos trabajando. Ellos se aseguran de que la gente sepa cómo estamos ayudando a la comunidad y al medio ambiente. También ayudan a compartir historias sobre el impacto positivo que estamos haciendo.

\*Dirección: Este grupo, que incluye a los líderes de la empresa, toma decisiones sobre cómo se utiliza el presupuesto. Ellos revisan cada año cuánto dinero vamos a destinar a esos proyectos y aseguran que estemos apoyando iniciativas que son importantes para nosotros.

## **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

### **5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.**

## 5.1. Información adicional

MasFarré tiene identificados los grupos de interés con los que interactúa en la actividad diaria. A continuación los enumeramos

1. Clientes: Son las personas que vienen a disfrutar de los servicios, como restaurantes, hotel o cafeterías y eventos ya sean privados o corporativos. Su opinión es muy importante porque ellos son la razón de nuestra existencia y continuidad.

2. Empleados: Las personas que trabajan en la empresa, como cocineros, camareros, recepcionistas, personal de limpieza, administración, logística etc.... Ellos son clave para brindar un buen servicio y hacer que los clientes se sientan bienvenidos.

3. Proveedores: Son las empresas o personas que nos suministran los alimentos, bebidas y otros productos necesarios para el funcionamiento del negocio. Que tengamos buenos proveedores asegura calidad en lo que ofrecemos.

4. Accionistas: En MasFarré es la propiedad y forman parte del equipo desde su posición de gestión y liderazgo.

5. Comunidad: En nuestro caso la dividimos en local, provincial, autonómico y sólo en la parte hotelera ampliamos el alcance. Es importante tener una buena relación con ellos porque pueden ser clientes frecuentes y también ayudan a crear un ambiente positivo.

6. Gobierno y autoridades: Las instituciones que regulan las normativas y leyes relacionadas con la hostelería, como licencias, higiene, laboral y seguridad. Cumplir con estas normas es esencial para operar legalmente.

7. Medios de comunicación: Trabajamos con la mayoría de los medios tradicionales e invertimos periódicamente en marketing y publicidad. Realizamos multitud de campañas y recogemos los datos obtenidos para su posterior análisis. La relación tanto con las empresas de medios tradicionales y resto de medios es fundamental y muy importante para MasFarré y trabajamos para que así lo perciban.

8. Competencia: Realizamos análisis tanto económico como de mercado de las diferentes empresas de la zona o de nuestras áreas de trabajo para saber en qué medida nos pueden afectar y también para saber en qué posición nos encontramos.

## 6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

### 6.1. Información adicional

En MasFarré utilizamos algunos de los mecanismos tradicionales para conocer la opinión de los principales Grupos de interés. Nuestra perspectiva es seguir trabajando en ello y poder ampliar estos mecanismos.

1. Clientes:

- Encuestas de satisfacción y comentarios en línea. Tenemos varios mecanismos de

valoración a través del dispositivo móvil del cliente, a la salida de los restaurantes y a la salida del hotel. En cuanto a los clientes de eventos y bodas el mecanismo es a través de correo electrónico con una encuesta que luego registramos en nuestro gestor para el posterior análisis y también solicitándoles reseñas en portales de venta.

## 2. Personas:

- Encuestas internas: Se realizan encuestas anónimas para evaluar la satisfacción laboral, el ambiente de trabajo y las sugerencias de mejora.
- Reuniones periódicas: Se organizan reuniones regulares donde los empleados puedan expresar sus opiniones y preocupaciones.
- Entrevistas individuales: Se habla directamente con empleados seleccionados para obtener retroalimentación cualitativa ya sea desde el departamento de Personas como desde dirección.
- Comité de empresa: Se abordan temas y cuestiones habituales a tratar y puntualmente cuestiones extraordinarias que requieran una atención y gestión especial.

## 3. Proveedores:

- Reuniones de evaluación: Se programan desde el departamento de compras junto con dirección encuentros regulares para discutir el rendimiento, la calidad y las expectativas mutuas.
- Visitas a las instalaciones: Se organizan visitas a los proveedores para conocer mejor sus procesos y establecer una relación más cercana desde el departamento de compras, producción y dirección. A veces se amplía a otros departamentos interesados.

## 4. Propiedad:

- Reuniones de consejo: Se establecen reuniones regulares con los propietarios para discutir objetivos, resultados y estrategias futuras.
- Informes trimestrales: Se realizan actualizaciones formales sobre el desempeño financiero y operativo a través de los informes mensuales que realiza el equipo motor.
- Presentaciones estratégicas: Se realizan presentaciones sobre proyectos futuros y su alineación con los intereses de la propiedad buscando un objetivo común y siempre velando por la estabilidad financiera que permita la evolución de la compañía.

## 5. Comunidad:

- Foros comunitarios: Se organizan eventos donde los miembros de la comunidad participan con sus opiniones sobre el impacto del negocio en su entorno.
- Colaboraciones con ONGs locales y provinciales: Se trabaja junto a varias organizaciones locales para recibir retroalimentación sobre iniciativas comunitarias.

## 6. Gobierno y autoridades:

- Reuniones formales: Desde dirección se van programando encuentros con representantes del gobierno para discutir normativas y regulaciones que afecten al negocio. De la misma forma, se participa en iniciativas locales y provinciales para poder contribuir a la mejora de las normativas y facilitar la comunicación de las regulaciones que afectan al sector.
- Consultas públicas: MasFarré participa en consultas organizadas por las autoridades sobre temas relevantes que impacten en la hostelería. De la misma forma, se participa en

iniciativas locales y provinciales para poder contribuir a la mejora de las normativas y facilitar la comunicación de las regulaciones que afectan al sector.

- Informes de cumplimiento: Se realiza un exhaustivo registro documentado del cumplimiento de todas las regulaciones pertinentes.

7. Medios de comunicación:

- Ruedas de prensa: Desde MasFarré además de organizar, se participa en eventos donde se pueda informar a los medios sobre novedades, iniciativas o logros importantes.

- Notas de prensa : En momentos puntuales se han realizado comunicados a los medios sobre eventos, promociones o cambios significativos en la empresa.

- Entrevistas y artículos: MasFarré tiene un calendario para "provocar" entrevistas con directivos o colaboradores de MasFarré (independientemente del puesto que tengan en la organización) para compartir información relevante sobre el negocio y las acciones que lleva a cabo.

8. Competencia:

- Análisis del mercado: Se realizan estudios comparativos sobre cómo se posicionan en el mercado respecto a otros competidores.

- Networking en ferias y eventos sectoriales: Asistimos a eventos del sector donde se intercambia información informalmente con competidores.

- Estudios de benchmarking: Comparamos prácticas empresariales con nuestros competidores para entender tendencias y mejorar procesos.

## **Gobierno de la organización**

**7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?**

### **7.1. Información adicional**

En 2021 se elaboró el Código de Conducta de MasFarré, el cual está adaptado a nuestro caso específico y nuestra actividad, es fácilmente entendible por todos nuestros empleados y garantiza la comprensión práctica de cómo aplicarlo en su día a día.

Además, disponemos de un Compliance muy básico pero que favorece la correcta gestión del buen gobierno. La gestión del cumplimiento normativo se plantea de manera transversal a todas las áreas, departamentos y actividades de MasFarré.

Creemos que esto favorece a la evaluación de los riesgos para la toma de decisiones, la promoción de la cultura de cumplimiento, formación a los empleados, monitorización y reporte de la información (trimestral).

Nuestro objetivo es llevar a cabo un proyecto de mejora de la trazabilidad de supervisión del sistema de cumplimiento, incluyendo en el reporte a las direcciones de zona y los responsables de diversas áreas para el seguimiento de dichos riesgos. Con esto se conseguirá implicar a más niveles de la organización en la gestión del sistema de Compliance transversal. Este sistema nos permitirá alcanzar una cultura ética donde la

normativa interna de la compañía esté al mismo nivel de exigencia que los requisitos establecidos por leyes y reglamentos.

El objetivo fundamental de MasFarré es que todas las personas sepan cómo actuar en su día a día de forma práctica para aplicar la normativa correctamente.

## **8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?**

### **8.1. Información adicional**

A cada persona que inicia su aventura en MasFarré, se le entrega y se le presenta el modelo de negocio además de los principios fundamentales de la organización, el código de conducta etc...

Además la dirección y propiedad, 2 veces al año realizan una reunión de toda la empresa donde todos los empleados están convocados para realizar una reflexión común y recordar y transmitir el propósito, la visión y los valores y de qué forman afectan a cada departamento de la organización para que todas las personas que la integran lo entiendan y lo puedan interiorizar.

?Desde nuestro buen hacer, debemos continuar creando momentos e historias que deben ser contadas y, devolver a la sociedad parte de ese privilegio?

Nuestro: surge de dentro, de las personas, del equipo, de todos y cada uno de vosotros, que, con vuestro esfuerzo continuado, vuestro ejemplo y vuestra pasión, se consigue seguir avanzando.

Buen hacer: en calidad de servicio y en calidad de producto, en puesta en escena, en mejora continua e I+D, en anticipación a las tendencias, en procesos y tecnología.

Continuar: el legado y los valores de la empresa familiar (de humildad, de cercanía, de sueños, de crecimiento y creación de valor); continuar con el arraigo con el territorio y con las personas (y sus familias); el anticipar el camino de las futuras generaciones.

Momentos e historias: para guardar para siempre en nuestras memorias. El recuerdo de una experiencia tan simple como un buen café o un buen descanso o unas agradables comidas (?), en eventos especiales de empresa o de organizaciones (inauguraciones, presentaciones, ..), y por supuesto, en perdurar en la memoria de los momentos únicos e indescriptibles (bodas, comuniones?).

Devolver a la sociedad: somos unos afortunados ya que con nuestro buen hacer podemos hacer feliz a la gente. Nos toca, devolver ese privilegio generando y desarrollando acciones y modelos con impacto, para así, entre todos, construir un mundo mejor.

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

#### **9.1. Información adicional**

Desde hace unos años hasta la fecha hemos realizado muchas de las actuaciones que se reflejan en el RSC pero no habíamos realizado un Plan como tal que hemos elaborado

hasta el 2024 y con idea de publicarlo en nuestras webs en el 2025.

## **10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?**

### **10.1. Información adicional**

En la Memoria de Responsabilidad Social de MasFarré se desarrollan diferentes puntos como:

- Enfoque MasFarré sobre la memoria
- Compromiso de la dirección y presidente
- MasFarré en historia, ubicación, líneas estratégicas, organización vertical y transversal, datos, líneas de negocio, contribución a los ODS, ODS que forman parte de MasFarré, Premios.
- Modelo de negocio
- Liderazgo responsable
- Compromiso social
- Compromiso ambiental
- Innovación

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

## **11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?**

### **11.1. Información adicional**

En MasFarré contamos con algunos mecanismos para identificar la satisfacción del cliente.

1. Encuestas de satisfacción tras el servicio ofrecido. Se envían encuestas a los clientes a través de mail y whatsapp.
2. Encuestas en el sitio web. Se realiza en la web del Hotel MasMonzon (buzon de sugerencias)
3. Redes sociales. Se realizan monitoreos de menciones y encuestas en redes sociales.
4. Análisis de reseñas online. En las plataformas que trabajamos y aparecemos (Google, Tripadvisor, etc...) revisamos las opiniones periódicamente y actuamos en caso de considerarlo.
5. Observación directa. En absolutamente todos los servicios que ofrecemos se realiza una observación directa y en la mayoría de las ocasiones se solicita opinion del servicio ofrecido a nivel verbal.
6. Tenemos un sistema NPS establecido y que luego trasladamos a nuestro Sistema de Gestión Interna para poderlo reflejar en nuestros informes mensuales, analizar y en el caso que haya que actuar, ser agiles en la toma de decisiones.
7. Feedback interno. Diariamente hay un canal en el que las personas que están directamente con el cliente trasladan las impresiones de los clientes y donde pueden dar su opinion acerca del servicio, producto, etc...

## **12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los**

## procesos de la organización?

### 12.1. Información adicional

MasFarré tiene muy claro que el cliente en la organización requiere un enfoque estratégico y planificado.

Algunos de los mecanismos que se utilizan son:

- Definir objetivos claros y establecer metas de tal forma que definimos que queremos lograr con la recopilación de datos sobre la satisfacción del cliente.
- Intentamos involucrar al equipo lo máximo posible realizando por un lado comunicación interna (informando a los empleados sobre la importancia de conocer la satisfacción del cliente y cómo su participación es clave) y por otro lado, realizando formación sobre cómo puede obtener feedback y como gestionarlo después. Además y sobre todo la importancia de una buena atención al cliente.
- Implementación de herramientas tecnológicas que permiten gestionar encuestas y analizar datos, facilitando su recopilación y el análisis de la información.
- Desde cada departamento se establece cómo se llevarán a cabo las encuestas, como se recogerán y como se trasladará para su posterior análisis. La frecuencia de la recogida de datos es diferente en función en cada línea de negocio pero en todas se realiza de forma regular.
- El hecho de fomentar la cultura de feedback nos proporciona un "extra" de motivación tanto de los empleados como de los clientes ya que de esa forma se perciben como algo positivo y que ambos son escuchados.
- En los informes mensuales, se dedica un tiempo determinado (dependiendo si hay algo en concreto a revisar o no) al análisis de los datos recopilados y posibles acciones, en las reuniones mensuales se da prioridad a las áreas que necesiten atención inmediata en este sentido por que para MasFarré el cliente está en el centro.
- En las diferentes publicaciones se van informando a los clientes de si hay alguna mejora para que crezca su satisfacción y su experiencia, así mismo, el eterno agradecimiento a los clientes su participación, creemos que refuerza su compromiso con MasFarré y genera comunidad.
- Tras ir aplicando periódicamente todos estos mecanismos, en el caso que hayamos tenido que implementar alguna mejora, de cara al mes siguiente (o si se requiere antes, se realizaría antes), evaluamos el impacto obtenido y si se ajusta a lo que esperábamos.

## Innovación en los productos y servicios

### 13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

#### 13.1. Información adicional

En MasFarré intentamos en primer lugar identificar al público objetivo, definir cuales son nuestros clientes potenciales y actuales. Por otro lado, vamos revisando periódicamente los datos sobre las ventas, comportamientos del cliente y también tenemos en cuenta las tendencias del mercado. Una vez tenemos seleccionadas las tendencias del mercado, nos decantamos por las preferencias comunes y las áreas en las que nos puede suponer una

mejora, a la vez que realizamos todo ello, estamos comparando con el resto del mercado. En algunas líneas de negocio, lo que también realizamos además de lo anteriormente comentado es, un brainstorming con las partes involucradas de los diferentes equipos de trabajo para poner encima de la mesa las tendencias seleccionadas, hablar sobre ellas, idear soluciones creativas y que además tengan en el centro al cliente. En algunas ocasiones se realizan "pruebas de carga" para tener un feedback previo de algunos clientes.

Una vez seleccionadas y valoradas las tendencias a implantar se elabora un plan de trabajo sobre cómo se van a implementar los cambios y a partir de ahí, se coordina a todos los departamentos para que estén alineados con los nuevos enfoques hacia los productos o servicios.

Aun así, en MasFarré la investigación no es un proceso único sino que intentamos ir ajustando nuestra oferta a las necesidades del mercado.

De esta forma, no solo estamos enfocados al cliente sino que hacemos partícipes de esa innovación a los propios empleados que son los que están también en contacto (en algunos casos no pero también se les hace partícipes) con los clientes.

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

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

#### **14.1. Información adicional**

En MasFarré somos una organización que queremos inspirar un cambio y hacer de nuestros establecimientos y líneas de negocio escuelas que fomenten un turismo consciente y comprometido con la sostenibilidad, involucrando a todos nuestros grupos de interés: empleados, clientes y ciudadanos de la comunidad en la que estamos presentes. Uno de nuestros objetivos es ser referentes de los valores que impulsa la sostenibilidad y fomentar el conocimiento del entorno y de la cultura local. Y para lograrlo, es fundamental la comunicación, la participación y la colaboración de todo el mundo.

Para ello algunas prácticas que tenemos en cuenta a la hora de ofrecer nuestros servicios.

1. Establecimiento de Indicadores de Desempeño
2. Auditorías y Evaluaciones
3. Sensibilización tanto de los clientes como de los empleados
4. Transparencia y Comunicación
5. Feedback del Cliente
6. Alianzas Estratégicas
7. Mejora Continua
8. Campañas Informativas

### **15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?**

#### **15.1. Información adicional**

Algunos de los ejemplos que aplica MasFarré en el servicio post venta son:

1. Feedback Tras la Estancia

2. Atención al Cliente 24/7
3. En algunos casos concretos se realizan upgrades
4. Seguimiento Personalizado
5. Protocolos de Gestión de Quejas y Reclamaciones
6. Información sobre Eventos Locales
7. Formación Continua a los empleados en el servicio al cliente y resolución de conflictos para poder ofrecer un buen servicio postventa
8. Detalles Especiales (sorteos, obsequios, detalles de agradecimiento...)
9. Informar sobre Innovaciones a través de redes sociales y nuevos puntos de venta

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

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

#### **16.1. Información adicional**

Tal y como firmamos en nuestro compromiso de Responsabilidad social y así lo indica el propósito, la visión y los valores de MasFarré la Transparencia, Solidaridad, Confidencialidad, Equidad, Compromiso, Integridad, Humildad, Respeto, Innovación, Responsabilidad, Sostenibilidad son fundamentales en nuestra organización.

Ofrecer, de forma clara y rigurosa, y con transparencia, la información relevante de la compañía relacionada con los impactos positivos y negativos más significativos.

A través de nuestras diferentes políticas y planes responsables MasFarré procura que todos sus procedimientos transmitan los principios de ética, transparencia e integridad en la relación con los diferentes grupos de interés.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

#### **17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?**

##### **17.1. Información adicional**

Evaluar la satisfacción de las personas que trabajan en MasFarré es vital para mantener un ambiente laboral positivo y fomentar la retención de talento, generar sentimiento de pertenencia y sentirse escuchado y valorado en la organización. Para ello se realizan algunos mecanismos que nos permiten evaluarlo.

1. Cuestionarios Anónimos y su posterior análisis de resultados
2. Entrevistas Individuales
3. Grupos Focales
4. Reuniones de Equipo
5. Encuesta de Clima Laboral
6. Buzón de sugerencias
7. Eventos Sociales internos (Family Day, coctel navideño...)
8. Feedback Continuo desde el departamento de Personas
9. Comité de empresa - 9 representantes

## Igualdad de oportunidades y no discriminación

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

### 18.1. Información adicional.

Tal y como define la Carta de Diversidad en MASFarré nos apoyamos para que suponga una herramienta de divulgación para que las empresas puedan visibilizar las políticas y acciones que están llevando a cabo en la materia, intercambiar buenas prácticas y aprender de otras empresas. A su vez, pretende divulgar los principios de igualdad y no discriminación y así promover un cambio cultural al interior de la empresa y hacia la sociedad en su conjunto. Por ello en MasFarré disponemos de un Plan de igualdad de oportunidades y de no discriminación basado en los 10 principios de diversidad.

1. Sensibilizar. En los valores de MasFarré se incluyen, se cumplen y se difunden en todos los ámbitos de la organización.

2. Avanzar en la construcción de una plantilla diversa. MasFarré es ejemplo real de integración de personas con perfiles diversos (independientemente de su género, orientación sexual, raza, nacionalidad, procedencia étnica, religión, creencias, edad, discapacidad, etc.).

3. Promover la inclusión. MasFarré en 2024 recibió el Premio a la Inclusión laboral por parte de CADIS Huesca, Fundación Valentia y además tuvo un reconocimiento por parte de la Fundación Mapfre por la contratación de personas con discapacidad.

4. Considerar la diversidad en todas las políticas de dirección de las personas. La toma de decisiones en MasFarré no es unidireccional por lo que en ese sentido tanto en el departamento de personas como en otros se realiza de una forma muy transversal.

5. Promover la conciliación. En MasFarré se facilitan la flexibilización horaria, la reducción de jornada, la adaptación de horarios en los diferentes establecimientos para que la conciliación y el bienestar de los empleados sea un valor fundamental.

6. Reconocer la diversidad de los clientes. En todos los ámbitos de nuestras líneas de negocio existen todo tipo de perfiles de clientes y eso nos enriquece y nos hace crecer, pues la adaptación a cualquier requisito que nos solicitan, nos hace desarrollar e innovar constantemente.

7. Extender y comunicar el compromiso a las y los empleados. MasFarré está comprometido con ello y además de que en nuestro día a día lo compartimos, forma parte de nuestra cultura de empresa.

8. Extender y comunicar el compromiso a las empresas proveedoras. Se ha realizado varias actividades con empresas colaboradoras para dar voz y hacer visible a la comunidad la realidad de lo que MasFarré quiere transmitir, ese valor añadido.

9. Extender y comunicar este compromiso. Igualmente MasFarré ha divulgado este compromiso junto a administraciones de la mano de organizaciones empresariales de las cuales MasFarré ha sido el impulsor y se han realizado múltiples comunicaciones en diversas plataformas para dar voz a este compromiso.

10. Respecto a reflejarlo en la Memoria anual de la empresa, estamos en proceso pero como se ha reflejado anteriormente MasFarré está comprometida con la Igualdad,

Diversidad e Inclusion.

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

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

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

Crear un plan de conciliación y corresponsabilidad en MasFarré es fundamental para promover un equilibrio entre la vida laboral y personal de los empleados, así como para fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y justo.

Dentro de nuestro Plan de Conciliación y Corresponsabilidad tenemos los siguiente objetivos:

1. Promover el equilibrio entre la vida laboral y personal
2. Fomentar la corresponsabilidad en las tareas domésticas y el cuidado familiar
3. Aumentar la satisfacción y el bienestar de los empleados
4. Reducir el ausentismo y aumentar la retención del talento

Las medidas que adoptamos para ellos son:

1. Flexibilidad Horaria (en los departamentos que el servicio lo permite)
2. Teletrabajo (en los departamentos que el puesto de trabajo lo permite)
3. Licencias Parentales Extendidas
4. Días de Descanso Adicionales
5. Cultura Organizacional Inclusiva

Algunos de los indicadores que nos muestran los resultados para el posterior analisis de MasFarré en este sentido son:

1. Tasa de Participación en Programas de Conciliación
2. Satisfacción Laboral
3. Ausentismo Laboral
4. Retención del Talento
5. Número de Solicitudes de Licencias Parentales Extendidas

## **Formación y desarrollo profesional**

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

**20.1. Información adicional.**

MasFarré considera la formación de su equipo humano como una prioridad en su gestión de las personas.

Las necesidades de formación son establecidas por los responsables de Departamento junto con el Departamento de RRHH, para posteriormente plasmarlas en el Plan de Formación, coordinando la gestión de las acciones previstas y la comprobación de la

eficacia de las mismas una vez realizadas.

Además, periódicamente se incluyen actividades para hacer partícipes, concienciar y sensibilizar a las personas, sobre la importancia de su actividad para la organización y de cómo contribuye al logro de los objetivos de la misma.

Los objetivos del plan de Formación de MasFarré son:

1. Desarrollar las habilidades técnicas y personales de los empleados
2. Fomentar la innovación y la adaptabilidad en el entorno laboral
3. Mejorar la satisfacción y la retención del talento
4. Alinear las competencias del personal con los objetivos estratégicos de la empresa

## **21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

### **21.1. Información adicional.**

Implementar este plan no solo beneficiará a los empleados individualmente, sino que también contribuirá al bienestar general del equipo y a una cultura organizacional más positiva en MasFarré. Es verdad que este plan ha sido adaptado según las necesidades específicas que ha ido teniendo MasFarré o según los resultados obtenidos a lo largo del tiempo.

Para ello se ha trabajado en diferentes áreas de formación:

1. Formación Técnica (adaptada a cada departamento)
2. Habilidades Interpersonales.
  - Se ha realizado actividades de Team Building para enriquecer el sentimiento de pertenencia y equipo
  - Se han realizado por parte de mandos intermedios y directivos formación en liderazgo y gestión de equipos "Management Growth Programme"
3. Formación en Diversidad e Inclusión. En MasFarré trabajamos mucho la sensibilización sobre diversidad e inclusión en el lugar de trabajo puesto que colaboramos con diversas Asociaciones que además de facilitarnos la posibilidad de perfiles que puedan desarrollar una labor en la organización, recibimos personas para realizar prácticas en diferentes departamentos por lo que ayuda a que la organización en su conjunto se sensibilice en este sentido.
4. Cursos sobre prevención de riesgos laborales.
5. Formación en primeros auxilios y salud ocupacional

Algunos métodos que facilitan esta formación a los diferentes empleados son:

1. Cursos Presenciales y Online
2. Talleres Prácticos
3. Mentoría

## **Seguridad y Salud**

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

#### **22.1. Información adicional.**

MasFarré dispone de un Plan de empresa saludable para ello ha marcado unos objetivos

clave:

1. Fomentar un ambiente laboral saludable y positivo
2. Mejorar el bienestar físico, mental y emocional de los empleados
3. Reducir el ausentismo y aumentar la satisfacción laboral
4. Promover hábitos saludables dentro y fuera del trabajo

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

#### **23.1. Información adicional.**

En MasFarré establecimos unos criterios a la hora de establecer relaciones con proveedores y algunos de ellos son:

1. Certificaciones Ambientales, es decir que engan certificaciones reconocidas como el EU Ecolabel, Energy Star, o el sello FSC para productos de papel y madera.
2. Materiales Sostenibles. Optar por productos fabricados con materiales reciclados o renovables, así como aquellos que son biodegradables.
3. Normas Laborales. Que los proveedores cumplan con normas laborales, garantizando derechos básicos.
4. Diversidad e Inclusión: Preferir proveedores que promuevan la diversidad en su fuerza laboral y tengan políticas inclusivas.
5. Transparencia. Buscar proveedores que sean transparentes en sus prácticas comerciales y se comprometan a informar sobre su impacto social y ambiental.
6. Transporte Sostenible. Optar por proveedores locales o de milometro 0.

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

**24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?**

#### **24.1. Información adicional.**

Estos criterios seleccionados por MasFarre nos permiten seleccionar socios comerciales que no solo cumplan con los requisitos de calidad y precio, sino que también se alineen con valores sostenibles y responsables.

1. Cumplimiento Normativo tanto ambiental como laboral
2. Certificaciones Sostenibles de algún tipo (ISO, RSC...)
3. Impacto Ambiental (si mide huella de carbono o cómo realiza la gestion de residuos)
4. Condiciones laborales (cumplimiento y compromiso de las mismas)
5. Transparencia y Etica. si dispone de un código ético y su practicas comeciales son justas.
6. Gestión del Ciclo de Vida del Producto
7. Prácticas Logísticas Sostenibles

## **SOCIAL**

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

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

#### **25.1. Información adicional.**

1. Educación. Entidades locales y provinciales, Caritas...
  - Capacitación Profesional: Impartir talleres o cursos para mejorar habilidades laborales en comunidades desfavorecidas.
2. Salud y Bienestar Accion contra el Hambre, Cáritas,
  - Programas de Alimentación: Apoyar iniciativas que proporcionen alimentos saludables a personas en situación de vulnerabilidad. Comedores sociales...
3. Inclusión Social. Caritas, Cadis, Valentia
  - Integración Laboral: Crear programas que faciliten la empleabilidad de personas con discapacidad o grupos marginados.
  - Cultura y Arte: Patrocinar eventos culturales que fomenten la diversidad y la inclusión social.
4. Emergencias Humanitarias. Caritas, Accion contra el Hambre
  - Donaciones en Crisis: Colaborar con organizaciones que brindan ayuda durante desastres naturales o crisis humanitarias.
  - Voluntariado Corporativo: Organizar jornadas de voluntariado donde los empleados puedan ayudar directamente en situaciones de emergencia.

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

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

#### **26.1. Información adicional.**

Alcanzar nuestro propósito es la principal motivación que tenemos como compañía, lo que nos hace diferentes frente al resto del sector y el mayor elemento de cohesión para nuestras personas y nuestros grupos de interés. La gestión de nuestra compañía se basa en valores firmes y con la visión puesta en un futuro mejor, más humano y más sostenible. Somos una empresa que escucha, atenta a dar respuesta a las nuevas necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés y, por tanto, abiertos al diálogo.

La ética y la responsabilidad son la base sobre la que se desarrolla el modelo de negocio de MASFARRÉ. En nuestra compañía creemos firmemente en la igualdad real de oportunidades, sin importar la condición del individuo. Por este motivo, las personas son el fin de nuestra organización y están en el centro de la estrategia y las operaciones.

Nuestro equipo humano, el valor más importante de MASFARRÉ, es indispensable para conseguir posicionarnos en los más altos estándares de excelencia, promocionando un turismo sostenible, inclusivo y accesible que ofrece a nuestros diversos clientes

experiencias diferenciadoras.

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

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

### **27.1. Información adicional**

Para MAsFarré compartir las actuaciones sociales con las personas empleadas y otros grupos de interés es esencial para fomentar su participación y compromiso.

Algunas de las acciones que se ha llevado a cabo son:

1. Reuniones Informativas periódicas donde se presenten las iniciativas sociales, sus objetivos y cómo pueden involucrarse.
2. Comunicados Internos en los grupos de comunicación habituales de la empresa donde se transmiten las actividades sociales, logros y oportunidades de participación.
3. Eventos y Actividades donde los empleados puedan conocer más sobre las iniciativas sociales y cómo pueden contribuir.
4. Testimonios y Historias de Éxito. Se ha creado contenido audiovisual o escrito que muestre el impacto positivo de las iniciativas pasadas, destacando historias de empleados que hayan participado y se han publicado entrevistas con empleados involucrados en proyectos sociales para inspirar a otros a unirse.
5. Reconocimiento Público. Se ha recibido diversos premios durante el 2024 en reconocimiento a la labor de inserción y social de MasFarré. Así mismo, se han organizado celebraciones donde se han reconocido estos logros y se ha intentado inculcar esta cultura tanto a nuestra organización de una forma motivadora y especial como al tejido empresarial y social de nuestra zona y hasta donde llegue nuestro radio de acción.
6. Colaboración con Grupos Externos. Invitar a representantes de organizaciones sociales a hablar con los empleados sobre sus trabajos y cómo pueden colaborar y sobretodo facilitar proyectos donde empleados y miembros de la comunidad trabajen juntos, creando un vínculo más fuerte.

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

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

### **28.1. Información adicional**

Para MasFarré la clave es mantener una comunicación abierta y accesible, invitando siempre a la participación activa de todos los grupos de interés.

Algunas de las acciones realizadas son:

1. Uso de Redes Sociales donde se han compartido noticias, eventos y actividades
2. Eventos Abiertos. Charlas y Presentaciones donde los miembros de la comunidad puedan participar activamente.
3. Colaboración con Medios Locales

- Entrevistas y Artículos. colaboramos con periódicos locales o estaciones de radio para difundir noticias sobre iniciativas comunitarias y destacar historias inspiradoras.

#### 4. Plataformas Digitales

- Programa en Youtube realizado en colaboración con Cadis Huesca y diferentes perfiles de la sociedad involucradas con la inserción.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

#### **29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

##### **29.1. Información adicional.**

MasFarre tiene en cuenta el impacto ambiental en el desarrollo de su actividad a través de diversas prácticas y enfoques que integren la sostenibilidad en cada etapa de su cadena de valor. Además, y tal como se ha comentado en puntos anteriores, estamos en proceso de aplicación de más prácticas y enfoques durante este año.

1. Análisis del Ciclo de Vida
2. Selección de Proveedores Sostenibles
3. Uso Eficiente de Recursos
4. Desarrollo de Productos Sostenibles
5. Investigación y Desarrollo para encontrar alternativas más sostenibles a los ingredientes o procesos tradicionales.
6. Gestión de Residuos (reducción de desperdicios y compostaje)
7. Compromiso con Normativas y cumplirlas según la legalidad.

MasFarre no solo puede reducir su impacto ambiental, sino también mejorar su eficiencia operativa y fortalecer su reputación como empresa responsable. Esto puede atraer a consumidores conscientes y generar un valor añadido tanto para la empresa como para la comunidad.

### **Compromiso frente al cambio climático**

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

##### **30.1. Información adicional.**

Desde MasFarré a día de hoy y a futuro tenemos bastantes acciones y planes que llevamos a cabo y llevaremos en breve.

Para evidenciar nuestro compromiso público:

1. Implementación de Políticas Ambientales. Estamos en el Desarrollo de un Código de Conducta Ambiental. Estamos trabajando Certificaciones Ambientales.
2. Iniciativas de Reducción de Residuos.
  - Programa de Reciclaje. Implementamos un sistema efectivo de reciclaje dentro de la

organización y fomentar su uso entre empleados y clientes.

- Reducción del Uso de Plásticos. Cambiamos a materiales biodegradables o reutilizables en lugar de plásticos desechables, tanto en productos como en empaques.

### 3. Proyectos de Sostenibilidad

- Inversiones en Energías Renovables. Hemos implantado fuentes de energía renovables.

### 4. Informes Públicos y Transparencia (en proceso)

- Publicar Informes Ambientales Anuales. Crear y compartir informes periódicos que muestren los avances y logros en materia de sostenibilidad y reducción de contaminación.

- Establecimiento de Metas Claras. Definir objetivos específicos y medibles sobre reducción de emisiones, consumo energético o gestión de residuos, y hacerlos públicos.

### 5. Fomento del Transporte Sostenible

- Incentivos para el Uso del Transporte comunitario

### 6. Responsabilidad Social Corporativa (RSC) - no publicado

### 7. Innovación en servicios

- Adoptamos medidas que fomenten la economía circular, donde los productos sean reciclados y reutilizados eficientemente.

### 8. Comunicación Activa

- Uso de Redes Sociales para Difundir Iniciativas y las acciones emprendidas por la organización para prevenir la contaminación y motivar a otros a unirse al esfuerzo.

Estas acciones no solo demuestran el compromiso público hacia la prevención de la contaminación, sino que también ayudan a generar una cultura ambiental positiva dentro y fuera de la organización

## Economía circular

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

#### 31.1. Información adicional

La intención de MasFarré es maximizar la sostenibilidad y minimizar el desperdicio en cada etapa del ciclo de vida del producto.

Para ello el modelo que perseguimos se basa en:

#### 1. Diseño Sostenible:

- Utilizar productos agrícolas de proximidad y de temporada para reducir la huella de carbono asociada al transporte.

- Utilizar envases que sean biodegradables, reciclables o reutilizables, evitando el uso de plásticos desechables.

#### 2. Producción Eficiente

- Implementamos tecnologías que reduzcan el consumo de agua y energía durante la producción. En proceso de aplicación nuevas tecnologías además de las que ya disponemos.

- Identificamos subproductos generados durante la producción

#### 3. Distribución Sostenible

- Alianzas con Proveedores Locales para disminuir la necesidad de transporte y fomentar la economía local.

4. Consumo Responsable a los clientes a través de campañas informativas y programas de lealtad sostenible.

5. Recogida y Reutilización

6. Reciclaje y Recuperación

- Tenemos alianzas con centros especializados para asegurar que todos los materiales reciclables sean procesados adecuadamente.

- Invertimos en I+D para encontrar alternativas innovadoras a los materiales tradicionales

7. Adaptación a Nuevas Tendencias manteniendonos al día con las tendencias en sostenibilidad y economía circular para implementar nuevas prácticas que beneficien tanto al medio ambiente como al negocio.

Además de todo ello, Tenemos concedida una Subvención de eficiencia energética para seguir mejorando e invirtiendo.

Estamos en proceso de conseguir la S de Sostenibilidad y la Q de Calidad.

Este modelo busca no solo reducir el impacto ambiental de MasFarre, sino también mejorar la eficiencia operativa y crear una relación más cercana con los consumidores. Al adoptar prácticas sostenibles, MasFarre puede posicionarse como un líder en el sector alimentario comprometido con el medio ambiente, lo cual puede atraer a un público más consciente y leal.

## **Comunicación ambiental**

**32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?**

### **32.1. Información adicional**

Al implementar estas estrategias, MasFarre no solo mantiene informados a sus empleados y grupos de interés sobre sus esfuerzos ambientales, sino que también fomenta un sentido de pertenencia y responsabilidad compartida hacia la sostenibilidad. Esto provoca un ambiente laboral más comprometido y una imagen positiva ante el público.

1. Informes de Sostenibilidad. Se está trabajando en informes anuales que detallen las acciones realizadas en materia ambiental, los resultados obtenidos y los objetivos futuros. Estos informes serán accesibles y comprensibles para todos.

2. Reuniones Internas. Se realizan reuniones periódicas con empleados para discutir las iniciativas ambientales, compartir avances y recibir retroalimentación. Esto fomenta un ambiente de colaboración y compromiso.

3. Redes Sociales y Página Web. En las redes sociales y la página web (en un futuro próximo) de la empresa para comunicar las acciones ambientales, compartir historias de éxito y generar conciencia entre el público general.

4. Reconocimiento y Premios. Se publican los reconocimientos en la implementación de prácticas sostenibles, motivando así a otros a participar.

Con todo ello esperamos generar un impacto tanto en nuestro núcleo interno como el resto de grupos de interés.

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **Priorización de temas**

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

-

### **Valoración Global**

**34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

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

CALIDAD, SERVICIO, TRANSPARENCIA, SOLIDARIDAD, CONFIDENCIALIDAD, EQUIDAD, COMPROMISO, INTEGRIDAD, HUMILDAD, RESPETO, INNOVACIÓN, RESPONSABILIDAD, SOSTENIBILIDAD

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

ZONAS DE DESCANSO PARA LOS EMPLEADOS, AMPLIAR ACTIVIDADES DE SALUD, SEGUIR TRABAJANDO EN PLATAFORMAS COLABORATIVAS

### **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

**¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?**

**En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?**

**Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?**