



# **Estado De Información No Financiera Consolidado del Ejercicio 2020**

**Diego Zamora S.A. y sociedades dependientes**

26 de Marzo de 2021

**INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN  
NO FINANCIERA CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL  
FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020**

***DIEGO ZAMORA, S.A. y SOCIEDADES DEPENDIENTES***

## **INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO DE DIEGO ZAMORA, S.A. y SOCIEDADES DEPENDIENTES DEL EJERCICIO 2020**

A los grupos de interés del Grupo Zamora Company:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio, hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2020, de Grupo Zamora Company y sociedades dependientes (en adelante el Grupo).

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la tabla "Indicadores GRI" incluida en el EINF adjunto.

### **Responsabilidad de los Administradores**

La formulación del EINF, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de Grupo Zamora Company. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Indicadores GRI" del citado Estado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de Grupo Zamora Company son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

### **Nuestra independencia y control de calidad**

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica a la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

### **Nuestra responsabilidad**

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado, que se refiere exclusivamente al ejercicio 2020. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de

Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica” (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la Información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Grupo para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2020 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en el apartado II del EINF, considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2020.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2020.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2020 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

## Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto adicional alguno que nos haga creer que el EINF de Diego Zamora, S.A. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2020, no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “Indicadores GRI” del citado Estado.

## Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

Grant Thornton, S.L.P. Sociedad Unipersonal

Jorge Martínez Apesteguía

Pamplona, 25 de mayo de 2021

INSTITUTO DE CENSORES  
JURADOS DE CUENTAS  
DE ESPAÑA

GRANT THORNTON, S.L.P.

2021 Núm. 16/21/00808

SELLO CORPORATIVO: 30,00 EUR

Sello distintivo de otras actuaciones

## Tabla de contenido

1.	MODELO DE NEGOCIO .....	4
1.1.	La compañía y su entorno empresarial.....	4
1.2.	Organización y estructura.....	10
1.3.	Nuestros asuntos materiales.....	14
2.	CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES.....	19
2.1.	Impactos ambientales y procedimientos de evaluación.....	19
2.2.	Economía circular y prevención y gestión de residuos.....	23
2.3.	Uso sostenible de recursos.....	26
2.4.	Contaminación atmosférica y cambio climático .....	31
2.5.	Protección de la biodiversidad .....	34
3.	CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL .....	37
3.1.	Empleo.....	38
3.2.	Organización del trabajo .....	45
3.3.	Salud y seguridad laboral .....	46
3.4.	Relaciones sociales .....	50
3.5.	Formación .....	51
3.6.	Accesibilidad universal.....	56
3.7.	Igualdad y gestión de la diversidad .....	57
4.	RESPECTO A LOS DERECHOS HUMANOS .....	59
4.1.	Diligencia debida en materia de derechos humanos.....	59
4.2.	Promoción y cumplimiento de los convenios de la OIT .....	64
4.3.	Eliminación de la discriminación en el empleo.....	64
4.4.	Eliminación del trabajo forzoso y el trabajo infantil .....	66
5.	LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO .....	67
5.1.	Prevención de la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales.....	67
5.2.	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro .....	71
6.	SOCIEDAD .....	73
6.1.	Compromiso con el desarrollo sostenible .....	73
6.2.	Subcontratación y proveedores .....	78
6.3.	Clientes y consumidores.....	81
6.4.	Información fiscal.....	87
	ANEXO.....	89

Estándares GRI asociados como indicadores clave de contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)

## **Presentación del Estado de Información No Financiera del Grupo Zamora Company 2020**

El presente informe de Estado de Información no Financiera (EINF) del ejercicio 2020 se ha elaborado cumpliendo los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre de 2018, de información no financiera y diversidad, por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

En él se facilita toda la información relevante sobre los aspectos no financieros de las actividades del Grupo en todos los ámbitos temáticos recogidos en la mencionada normativa de aplicación (Ley 11/2018), indicando políticas, procedimientos de diligencia debida y resultados obtenidos, empleando una selección de indicadores clave de los Estándares GRI (Global Reporting Initiative, como marco de reporte de reconocimiento internacional.

De conformidad con la Ley 11/2018, este estado de información no financiera ha sido verificado por Grant Thornton S.L.P, en su condición de prestador independiente de servicios de verificación. La ratificación externa de este documento por una organización independiente asegura que las cuestiones materiales se han reportado con precisión.

## 1. MODELO DE NEGOCIO

### 1.1. La compañía y su entorno empresarial

#### 1.1.1. Entidades incluidas en los estados financieros consolidados

Diego Zamora, S.A. (en adelante, la sociedad dominante) y sociedades dependientes (en adelante, el Grupo o Zamora Company) se constituyó el tres de enero de 1977. Aunque el inicio de la actividad se remonta a 1946, no fue hasta los años 70 cuando se decidió dar lugar a la integración de las distintas organizaciones en una sola, con el objetivo de que compartieran una única visión de empresa familiar y cercana, orgullosa de sus fundadores, de sus raíces y de las personas que han formado parte de ella desde sus orígenes.

Desde entonces, es una compañía reconocida a nivel mundial, con un portfolio de más de 15 marcas operando en más de 80 países en el mundo.

La totalidad de las sociedades del Grupo tienen ejercicio anual y han cerrado su contabilidad el 31 de diciembre de 2020. Estas sociedades se han incluido en la consolidación aplicando el método de integración global o de puesta en equivalencia, en virtud de la aplicación en cada caso de las normas de consolidación generalmente aceptadas. A su vez, las AIE (Agrupaciones de Interés Económico) han sido integradas por el método de puesta en equivalencia.

El alcance del presente documento se centrará en Diego Zamora, S.A. y sociedades dependientes.

El alcance de la información recogida en el mismo sobre cada aspecto material incluye el conjunto del Grupo, salvo que en alguno de los apartados se indique lo contrario de manera específica, debido a circunstancias relativas a la dificultad de captación de los datos de todas las sociedades, nacionales e internacionales, y a la comparativa correspondiente con el ejercicio anterior.

#### 1.1.2. Actividades, productos y servicios

El objeto social de Diego Zamora, S.A., sociedad dominante del Grupo, es la tenencia de acciones, prestación de servicios de back-office y arrendamiento de inmuebles. El Grupo está clasificado dentro de la lista de actividades económicas como comercio y distribución al por mayor de bebidas, actividad que realiza gracias al conjunto de sociedades dependientes.

Zamora Company es un Grupo español de capital 100% familiar, que elabora y comercializa licores y vinos de alto valor añadido, orientada a la satisfacción del cliente y a la creación y desarrollo de Marcas Premium.

Zamora Company es propietaria de Marcas de reconocido prestigio internacional como Licor 43, Bodegas Ramón Bilbao, Sangría Lolea, Limoncello Villa Massa, Mar de Frades, Patxarán Zoco, Cruz de Alba, Thunder Bitch, a las que hay que sumar las marcas distribuidas y participadas que componen el portfolio de productos de la compañía familiar: Martin Miller's Gin, Matusalem, o Champagne Pommery.

### 1.1.3. Ubicación, tamaño y mercados en los que opera

El domicilio social de la sociedad dominante es calle Silicio nº 10 del Polígono Industrial de los Camachos, Cartagena (Murcia). Las principales instalaciones industriales del Grupo se encuentran situadas en dicha localidad, en Haro (La Rioja), Dicastillo (Navarra), Meis (Pontevedra), Rueda (Valladolid) y Madrid.

Con participación en más de 80 países, Zamora Company está formada por un experimentado equipo internacional de más 500 personas y un extenso portfolio de marcas Premium.

Dispone de instalaciones y almacenes de distribución en Haro, Cartagena, Barcelona, Galicia, Navarra, Italia, Estados Unidos, Francia y Reino Unido principalmente.

A partir de los años 60, el Grupo empieza a exportar su producto "Licor 43" a mercados internacionales. En 1989 se funda una de las sociedades dependientes, Zamora International, S.L.U., que servirá como vehículo entre las empresas productoras del Grupo y los distribuidores en cada uno de los mercados de exportación.

En esta línea, en el ejercicio 2019 las ventas nacionales e internacionales se empezaron a aproximar, siendo la tendencia a alcanzar un mayor peso de las ventas en los mercados internacionales.

La cifra de negocio desagregada por ámbito geográfico, en los ejercicios 2019 y 2020, ha sido la siguiente:

Países	AÑO 2019 Cifra de Negocio (€)	AÑO 2020 Cifra de Negocio (€)
<b>Nacional</b>	129.867.933,43	106.453.835,80
<b>Intracomunitario</b>	44.909.918,89	34.560.902,09
<b>Resto del Mundo</b>	33.776.005,11	32.057.478,14
<b>Total</b>	<b>208.553.857,42</b>	<b>173.072.216,03</b>

Estas cantidades reflejan la cifra de negocio agregada de las sociedades que se encuentran bajo el perímetro de consolidación del Grupo.

En términos de personal, la plantilla al finalizar el ejercicio 2020 era de 507 personas, disponiéndose de datos a efectos de este informe de 490 personas, un 85,51% en territorio nacional y un 14,49% en territorio internacional.

#### 1.1.4. Objetivos y estrategias de la organización

El Grupo dispone de un conjunto de valores que comparte con todos y cada uno de sus empleados, con el objetivo de generar el ADN deseado de Zamora Company. Estos **valores** son los siguientes:

- **Compromiso:** está en todas las operaciones de la compañía, en las relaciones con los compañeros, accionistas, clientes, consumidores y la sociedad. En Zamora Company hay un compromiso en la toma de cada decisión y en la ética de cada acción. Nuestro compromiso y responsabilidad son el éxito y garantía de nuestra relación con los grupos de interés de la compañía y con las actuaciones ambientales y sociales que realizamos.
- **Independencia:** todas las personas pertenecientes al Grupo tienen el control sobre sus decisiones y son responsables de los resultados alcanzados.
- **Innovación:** desde el Grupo se tiene la premisa de que el futuro se inventa cada día. En este sentido, la innovación es un reto constante a la que nos aproximamos sin descuidar la máxima calidad y responsabilidad que gozan nuestras acciones, productos y su esencia. No entendemos la innovación si ésta no es sostenible.

El Grupo puede sintetizar su modo de hacer en el siguiente **lema**:

#### ***“Unique Brands, Passionate People”***

- **Unique Brands:** el objetivo del Grupo es crear y desarrollar marcas únicas que puedan ser altamente deseadas por los mercados y muy diferentes de los competidores. Las Marcas son el alma de Zamora Company. No sirve cualquier marca. Ya sean propias, o desarrolladas internamente, o adquiridas, deben ser siempre diferenciales.
- **Passionate People:** las personas que trabajan en el Grupo están comprometidas, orgullosas y muy apasionadas con su trabajo. Un amplio

equipo internacional con demostrado talento multidisciplinar y enfocado totalmente al desarrollo de negocio sin dejar nunca de lado sus grandes valores humanos. Aquí cada persona cuenta, y su compromiso se suma al del resto del equipo para ir siempre un poco más allá y demostrar que esta pequeña empresa de ambiente familiar es, en realidad, muy grande.

Por lo tanto, en cuanto a la misión y visión del Grupo, se define lo siguiente:

- o **Misión:** *“Ayudar a nuestros consumidores de todo el mundo a saborear mejor cada momento, con marcas premium y personalidad única”*
- o **Visión:** *“Ser los más apasionados creadores de marcas únicas en nuestro sector a nivel mundial, fomentando nuestro espíritu familiar y el compromiso con la naturaleza y la sociedad”*

Por otro lado, en el marco del **Plan Estratégico 2017-2020** se establecieron los siguientes **3 pilares estratégicos** básicos:

▪ **Construcción de marcas:**

- Cada marca clave tendrá una arquitectura de marca, unos pilares de crecimiento y unos indicadores que midan la salud de la marca.
- Se establece la priorización de marcas, a partir de la cual se pueden implementar prioridades de marcas/mercados según los criterios de inversión.
- En todas las marcas, se establece una estrategia de valor, con inversiones en las marcas a realizar por sus propietarios que permitan un incremento de volúmenes y de márgenes.
- Se establecen criterios de rentabilidad de marca.

▪ **Innovación:**

- El grupo considera la innovación como acelerador de creación de valor a largo plazo.
- Visión global de innovación: no sólo extensiones de línea, sino también nuevas adquisiciones o tomar marcas incipientes y

desarrollarlas, así como abordar formas y momentos de consumo desde la perspectiva de la innovación.

- Establecimiento del proceso de innovación.

- **Ruta al Mercado (RTM):**

- El grupo decide continuar y fortalecer su estrategia de ser cada vez más dueños de su propio destino, construyendo sobre marcas propias que den una mayor exposición internacional y posibilidades de crear Rutas al Mercado propias con marcas de valor.

Por último, el Grupo considera **dos habilitadores claves** para llevar a cabo su estrategia:

- **Talento:** en la Visión del Grupo se establece la importancia de las personas que trabajan en él y la pasión que ponen en su cometido. En este sentido se desarrollan políticas de talento y personas en las áreas de Identificación del talento, Retención y Atracción del nuevo talento. Además, se pone en marcha una función de Comunicación Interna y se crea un Portal del Empleado que permite inculcar los valores del Grupo y fomentar la pasión y participación de los empleados.
- **Transformación Digital:** el Plan Estratégico 2017-2020 entendía que la transformación digital no era únicamente un cambio en los sistemas tecnológicos del Grupo, sino especialmente en su cultura y su manera de trabajar. Se ha culminado el cambio a Google como plataforma de ofimática que impulsa el trabajo colaborativo.

**El 2020 ha sido sin duda un año marcado por los efectos de la Covid 19, que ha impactado de lleno en todos los objetivos y estrategias de las compañías.**

La crisis ocasionada por la pandemia ha cambiado hábitos o ha acelerado algunas tendencias que ya se anticipaban, como la digitalización o la sostenibilidad, dando mayor relevancia al impacto emocional, social y económico, que marcará el comportamiento de los consumidores en los próximos años.

Las expectativas de gasto por parte de los consumidores han cambiado considerablemente; por un lado, disminuyendo el consumo debido a la crisis económica que sufrimos, y por otro, la creciente preocupación por la salud y hábitos de vida saludable.

Los canales de compra también han sido afectados, disminuyendo de manera drástica las compras en establecimientos físicos desde el inicio de la pandemia, dándose un incremento del uso de dispositivos digitales como canales de compra.

En Zamora Company hemos actuado respecto a estas tendencias, teniendo en cuenta cómo afectarán a la evolución de nuestro negocio:

El canal de hostelería se ha visto afectado por un descenso de ventas debido a las interrupciones en las aperturas, y se ha experimentado un claro aumento de ventas a través del canal e-commerce, con un crecimiento de un 266 % sobre el mismo periodo del año anterior, donde los productos premium han tenido un comportamiento positivo, especialmente en los mercados internacionales, como es el caso de la ginebra Martin Miller's en Uk. Durante 2020 tenido que adaptar nuestra estrategia de e-commerce a la situación actual, y acelerar los planes que teníamos planificados para los próximos años, para dar servicio a nuestros consumidores.

Sobre el consumo en hogares, hemos reforzado nuestra estrategia de formación digital liderada por Ramón Bilbao, #TheSpanishWineAcademy, donde apostamos por la formación y conocimiento del vino español en el mundo.

Respecto a la tendencia hacia un consumo más saludable, durante 2020 hemos lanzado nuestros RTD (productos listos para consumir) desde nuestra marca Licor 43, Fresco 43; productos elaborados con zumos naturales combinados con Licor 43 y en formatos pequeños de consumo individual. También hemos lanzado nuestra Horchata 43, libre de gluten y apta para veganos.

Desde nuestras innovaciones estamos enfocados en dar respuestas a las demandas del consumidor, que ya teníamos identificadas, pero que se han acelerado a raíz de la pandemia.

En cuanto al cambio de tendencia de los canales de distribución, claramente al crecer la compra en cadenas de alimentación también hemos reforzado nuestros equipos comerciales enfocados a Off -trade, para tener una ruta al mercado mejorada y poder estar alineados al modelo de negocio que se está produciendo.

Acerca de la situación de la hostelería, además de las actuaciones que se han liderado desde las asociaciones del sector, hemos dado apoyo desde nuestras marcas con acciones de activación y dinamización, aportación económica en producto y material, y otras acciones de filantropía manteniendo nuestro compromiso de donación del 2.5% de nuestro beneficio neto a causas sociales.

Desde los inicios de la pandemia hemos velado por las personas que trabajan en Zamora Company y su salud. En ese sentido, desplazamos primero a trabajar desde casa a las personas más vulnerables y críticas de la organización, estableciendo protocolos de seguridad en nuestras plantas que seguían trabajando por ser actividad esencial, y empezamos a trabajar en remoto

desde mediados de marzo, gracias al desarrollo tecnológico en el que habíamos invertido en los últimos años. Acto seguido, cuando tuvimos que aplicar ERTes en algunas actividades del grupo, decidimos compensar la pérdida del salario fijo que esta medida provocaba en los trabajadores y sus familias.

Por último, mencionar como facilitador clave del negocio, el **Plan de Empresa Consciente 20-22**. Desde hace décadas venimos desarrollando un modelo de negocio responsable, que se ha visto reforzado en el ejercicio 2020 y que queda reflejado en nuestro modelo actualizado de Empresa Consciente. Para ello, hemos definido una estrategia única que engloba nuestra visión de futuro, constituyéndose como eje vertebrador de nuestra compañía.

Zamora Company contempla un 2021, desde la expectativa de gobernanza, en seguir enfocados en dar apoyo a la agenda 2030 y con especial interés en la formación de los empleados en el campo de la sostenibilidad.

Somos conscientes del legado de futuro que queremos dejar, y siendo conscientes de lo que hoy somos, podremos brindar por un futuro sostenible.

A lo largo del presente documento se pueden de manifiesto muchos de los aspectos recogidos en dicho plan y la hoja de ruta que la compañía se ha marcado para avanzar en todos ellos. Más adelante, en el punto 1.3. del informe, se incluye más detalle sobre el modelo de Empresa Consciente de Zamora Company.

---

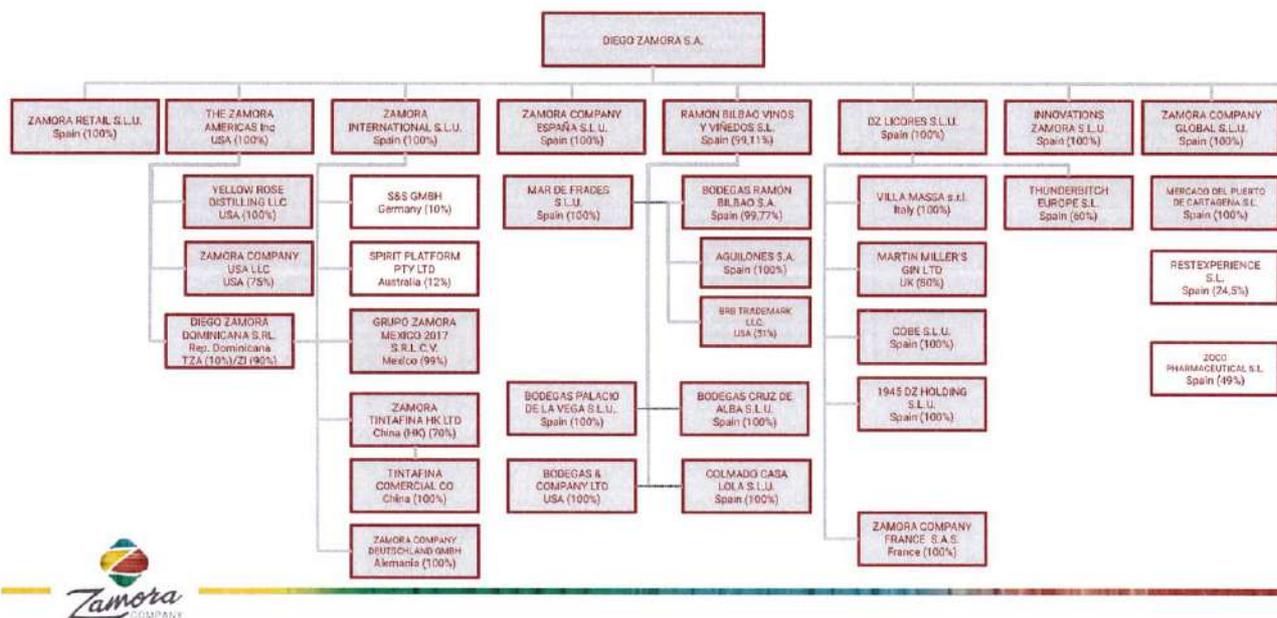
## 1.2. Organización y estructura

### 1.2.1. Órganos de Gobierno

El principal órgano de gobierno del Grupo es el Consejo de Administración de Diego Zamora como holding del Grupo.

En general, el resto de las sociedades participadas al 100% por el Grupo tienen a Diego Zamora, S.A. como administrador único. En el caso de sociedades participadas con socios externos, éstas tienen sus respectivos Consejos de Administración.

A continuación, se detalla la participación (%) y la estructura de gobernanza de la sociedad dominante en las sociedades dependientes que entran dentro del perímetro de consolidación:



Desde el punto de vista de la actividad, el Grupo se centra en tres **líneas de Negocio**:

- **Producción de vinos:** bajo el sub-holding de Ramón Bilbao Vinos y Viñedos, S.L., se agrupan las bodegas o productores de vino.
- **Producción de Espirituosos:** bajo DZ Licores, S.L.U., se agrupa la actividad de fabricación y las participaciones en compañías de licores/espirituosos.
- **Distribución:** la distribución se estructura por mercados, algunos de los cuales son atendidos por rutas al mercado propias del grupo, y a través de Zamora Company Global, S.L.U. para los mercados donde no hay presencia propia.

Las dos líneas principales de negocio son los **espirituosos** y el **vino**. Los espírituosos representan un mayor porcentaje sobre las ventas totales, estando, en cualquier caso, bastante niveladas las cifras de ventas de ambas líneas de negocio.

A continuación, se detalla la **estructura de gobierno por unidades de negocio** del Grupo y sus correspondientes áreas:



### 1.2.2. Gestión de Riesgos y Compliance

El Grupo Zamora Company cuenta con un **Sistema de Gestión de Riesgos y Compliance** que aporta criterios y políticas para identificar, evaluar y gestionar los riesgos más significativos que pudieran impactar en la consecución de los objetivos del Grupo.

Este modelo asegura que los principales riesgos que pudieran afectar a la estrategia y objetivos de la compañía estén identificados, analizados y evaluados a partir de unos criterios homogéneos, siendo gestionados y controlados de forma sistemática y transversal con la participación de todas las áreas del Grupo.

Además del análisis y seguimiento de riesgos penales, en estos momentos la compañía se encuentra inmersa en un proceso de actualización, evaluación y definición de un mapa completo de riesgos de negocio en el que se contemplan de manera específica los riesgos relacionados con las siguientes categorías:

- Riesgos Penales
- Riesgos Éticos
- Riesgos de Fraude
- Riesgos de Blanqueo de capitales
- Riesgos Fiscales
- Riesgos Mercantiles
- Riesgos de Competencia
- Otros riesgos de incumplimiento normativo

Existen designados un **Comité de Riesgos Penales** y un **Comité de Cumplimiento**.

El **Compliance Officer** es a su vez el Director de Servicios Corporativos, quien se encarga de la supervisión del funcionamiento y cumplimiento del programa de compliance y reporta al Consejo de Administración en esta materia.

Los Comités están integrados, además de por el Compliance Officer, por las funciones de Finanzas, Recursos Humanos, IT y Legal, y a esto se le suma el apoyo de abogados especializados como asesores externos.

Ambos Comités velan por el cumplimiento del **Código de Conducta** de Zamora Company en el seno de la organización, así como por la promoción de actuaciones tendentes a minimizar y evitar la comisión de actuaciones contrarias a la Ley y a los principios y valores del Grupo, además de ser el organismo supervisor de la actuación de Compliance dentro de Zamora Company.

Sus funciones se pueden resumir en:

- Identificación de posibles nuevos riesgos
- Identificación de controles, muestra de evidencias y seguimiento
- Difusión/Sensibilización de la materia

Todo ello con los siguientes objetivos:

- La prevención de los riesgos en la compañía
- La detección de las conductas delictivas en la organización.
- La realización de las funciones de prevención, detección y reacción.

A lo largo de los ejercicios 2019 y 2020 se han mantenido reuniones presenciales, revisando aspectos críticos como estudio de compliance internacional, estructura de contratos, desarrollo de políticas de las diferentes áreas de la compañía, supervisión y aprobación de políticas de protección de datos, estudio y resolución de denuncias recibidas y creación de portal de formación interna.

Asimismo, el Consejo de Administración ha reorganizado sus funciones para fortalecerse con la creación de dos comisiones permanentes: la **Comisión de Retribución y Nombramientos**, y la **Comisión de Auditoría y Riesgos**, que asesoran al Consejo y apoyan al comité ejecutivo de la Compañía (COMEX) en su labor.

A lo largo del presente informe, en cada capítulo correspondiente, se da detalle de las políticas y procedimientos de los que dispone el Grupo para acometer cada uno de los ámbitos objeto de reporte:

- Cuestiones medioambientales
- Cuestiones sociales
- Respeto a los Derechos Humanos

- Lucha contra la corrupción y el soborno
- Información sobre la sociedad
- Gestión de proveedores y contratistas
- Clientes y consumidores
- Cuestiones fiscales

### 1.3. Nuestros asuntos materiales

Como base para la elaboración de este informe, las pautas de actuación con respecto a los aspectos no financieros sobre los que la normativa de aplicación exige informar, se encuentran recogidas en el modelo de **Empresa Consciente** de Zamora Company, cuyos ejes básicos, líneas de actuación por ejes, así como palancas transversales en las que se apoya para el correcto desempeño de la compañía, se ven reflejados en el siguiente esquema:



El planteamiento anterior se ha definido a partir de una revisión pormenorizada de todas las cuestiones en los diferentes ámbitos de la sostenibilidad, considerando la situación actual de la compañía y tomando la **Agenda 2030 (ODS)** como la hoja de ruta a seguir.

Todo ello ha partido asimismo del desarrollo de un análisis de materialidad que ha permitido establecer prioridades y cuya metodología se resume a continuación.

### 1.3.1. Grupos de interés y materialidad

Zamora Company ha llevado a cabo un análisis de materialidad para identificar las cuestiones relevantes desde una doble perspectiva; por un lado, relevancia para los grupos de interés, y por otro, para la propia compañía desde un enfoque estratégico del negocio, con el fin de abordar de forma progresiva los asuntos prioritarios identificados.

El proceso ha sido el siguiente:

- Identificación de los **Grupos de interés**

- Familia / Accionistas
- Empleados
- Clientes y consumidores
- Proveedores
- Partners de negocio
- Organismos reguladores (Administraciones Públicas y otras entidades de inspección y/o certificación, entre otros)
- Sector empresarial (asociaciones sectoriales y competidores)
- Instituciones científicas, académicas y culturales
- Sociedad civil
- Comunidades locales
- ONG
- Medios de comunicación

- Identificación de **aspectos/riesgos**

En este proceso se ha realizado un inventario de temas como base para su análisis de la materialidad, acorde con los que contempla la Ley 11/2018 y con los contenidos de los Estándares GRI como marco de reporte de referencia.

Se han considerado las categorías: económica y gobernanza (E), ambiental (A) y social (S), y todos los temas relacionados con los siguientes ámbitos de gestión:

- Ética y buen gobierno
- Medio Ambiente
- Prácticas laborales
- Riesgos de Seguridad y Salud
- Seguridad alimentaria
- Etiquetado y publicidad
- Derechos Humanos
- Riesgos de Corrupción
- Seguridad de la Información
- Fiscalidad
- Competencia

■ Análisis de **materialidad**

La metodología desarrollada ha permitido a la organización disponer de una lista objetiva de asuntos relevantes de creación de valor para los grupos de interés identificados, y valorar la materialidad y la prioridad de cada uno de ellos.

Para ello se ha analizado la importancia de sus impactos económicos, ambientales y sociales, o bien si estos influyen de manera sustancial en las valoraciones y decisiones de los grupos de interés.

La priorización se ha basado en los principios de Materialidad y de Participación de los Grupos de Interés (GI): para determinar si un tema o aspecto es material, se combinan factores internos y externos.

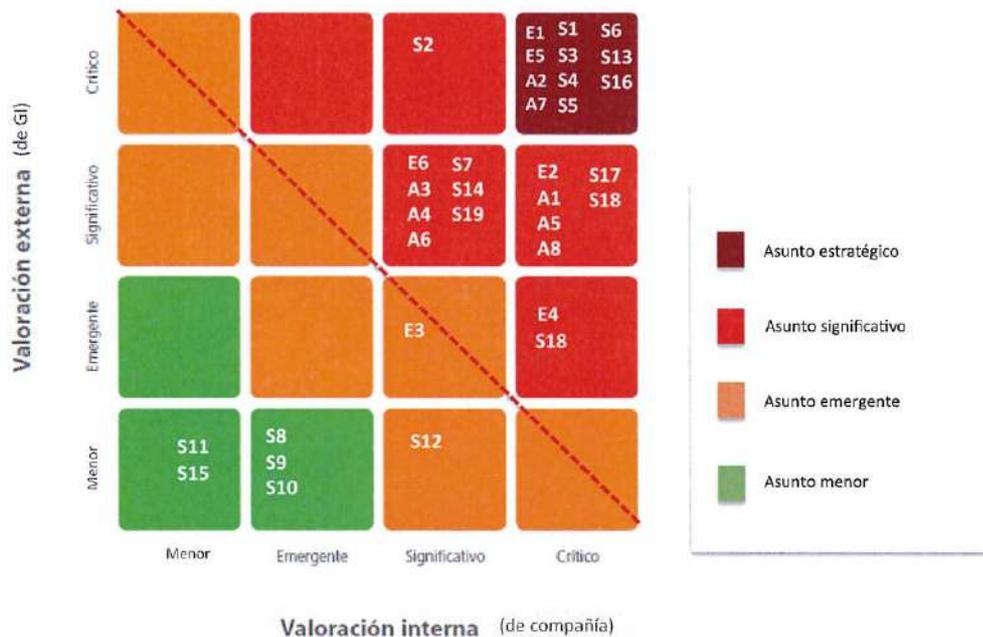
Para cada asunto evaluado se obtendrían dos valores numéricos, uno según criterios estratégicos para Zamora Company, y otro según criterios basados en las opiniones y expectativas de los grupos de Interés, conocidas a través de comunicación directa con ellos (procedimientos de escucha y diálogo implementados de manera permanente o consultas periódicas a muestras de determinados grupos), así como a través de otras fuentes de información tales como análisis sectoriales, informes publicados por entidades de referencia en la materia, análisis de comunicaciones en redes sociales, o cualquier elemento que resulte de utilidad y suministre datos de relevancia.

De este análisis, los temas resultan clasificados en cuatro rangos: estratégicos, significativos, emergentes o menores.

### 1.3.2. Aspectos materiales sobre los que se reporta

Del proceso descrito anteriormente se ha obtenido la matriz de materialidad correspondiente a la situación de la compañía en 2020.

**MATRIZ DE MATERIALIDAD 2020**



Los temas identificados como asuntos **estratégicos** han sido:

Dimensión económica y gobernanza (E):

- Desempeño económico (E1)
- Anticorrupción (E5)

Medio Ambiente (A):

- Consumo de energía (A2)
- Cumplimiento regulatorio (A7)

Ámbito social (S):

- Empleo (S1)
- Salud y seguridad laboral (S3)
- Formación y desarrollo profesional (S4)
- Gestión de la Diversidad (S5) y no discriminación(S6)
- Apoyo a comunidades locales (S13)
- Seguridad alimentaria (S16)

Asimismo, hay otra serie de asuntos cuya relevancia se ha valorado en un grado menor a los temas anteriores, pero han resultado en la categoría de **significativos** para la compañía:

Dimensión económica y gobernanza (E):

- Presencia en el mercado (E2)
- Prácticas de adquisición (E4)
- Competencia ética (E6)

Medio Ambiente (A):

- Consumo de materiales (A1)
- Consumo de agua (A3)
- Biodiversidad (A4)
- Emisiones y cambio climático (A5)
- Efluentes y residuos (A6)
- Evaluación ambiental de proveedores (A8)

Ámbito social (S):

- Relaciones entre los trabajadores y la dirección (S2)
- Libertad de asociación y negociación colectiva (S7)
- Evaluación social de proveedores (S14)
- Marketing y etiquetado (S17)
- Privacidad del cliente (S18)
- Cumplimiento socioeconómico (S19)

Finalmente, hay otros temas que, por la actividad y contexto en el que opera la compañía, junto con su situación actual en cuanto a la estrategia del negocio, y/o la baja relevancia asignada a los mismos por los grupos de interés, resultan clasificados como asuntos aún **emergentes** o **menores**:

- Impactos económicos indirectos (E3)
- Trabajo infantil (S8)
- Trabajo forzoso u obligatorio (S9)
- Prácticas en materia de seguridad (S10)
- Derechos de los pueblos indígenas (S11)
- Evaluación de derechos humanos en la cadena de valor (S12)
- Política pública (S15)

Los temas considerados actualmente como materiales para Zamora Company, por su nivel de impacto y riesgo, están a su vez relacionados con los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible** y con los **10 Principios del Pacto Mundial** de Naciones Unidas suscritos por la organización (en proceso de adhesión a la iniciativa Global Compact), de cuyo cumplimiento y avances, el Grupo informará periódicamente a través de las correspondientes Memorias de Empresa Consciente que se compromete a publicar anualmente.

## 2. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

### 2.1. Impactos ambientales y procedimientos de evaluación

Como parte del **Plan de Empresa Consciente 20-22**, que ha sido reformulado por la compañía y aprobado como la hoja de ruta a seguir para la contribución de Zamora Company al desarrollo sostenible, se define el **Compromiso con el planeta** como uno de los pilares básicos de actuación, estableciendo cuatro líneas estratégicas de trabajo:

- Acción por el clima
- Protección de la biodiversidad
- Circularidad
- Proveedores conscientes

En Zamora Company nos sumamos al reto del **desarrollo sostenible** y mantenemos nuestros principios básicos de actuación ambiental conforme a nuestra **Política de Gestión**, actualizada a fecha 2 de enero de 2020, aprobada por la Dirección General, comunicada a todos los empleados y publicada para su consulta por cualquier parte interesada.

Destacamos nuestros compromisos en torno a:

- Cumplir con la legislación que sea aplicable a las actividades, procesos y servicios de nuestras empresas, así como con otros requisitos adicionales que la compañía haya podido suscribir de manera voluntaria.
- Prevenir y reducir la contaminación del entorno, promoviendo la protección del medio ambiente, el uso equilibrado de los recursos naturales y el desarrollo sostenible.
- Concienciar acerca de la gestión responsable del medio ambiente y en la idea de la mejora continua, fomentando el diálogo, la participación y la comunicación dentro de la organización.

Por ello, Zamora Company se ha comprometido a facilitar los recursos necesarios para el desarrollo y la implantación efectiva de los Sistemas de Gestión que cada una de las áreas ha adoptado, así como para tener en consideración la variable ambiental en la toma de decisiones de los negocios.

Los centros de trabajo que se han considerado en los indicadores ambientales que se aportan en este capítulo son las oficinas de Madrid (C/ Pléyades) y las siguientes plantas de producción:

- Cartagena
- Haro
- Dicastillo
- Meis (Mar de Frades)
- Orense
- Rueda
- Sorrento (Italia)
- Quintanilla de Onésimo (Cruz de Alba)
- Houston-Texas (EEUU)

No se contemplan otras pequeñas sedes comerciales u oficinas debido a la escasa relevancia de los datos en el cómputo global para el caso de la energía y a la insignificancia en cuanto a residuos (siempre urbanos), consumos de agua y vertidos.

Los nueve centros de producción elaboraron en 2020 del orden de 18 millones de litros de las marcas Licor, 43, Ramón Bilbao, Zoco, Mar de Frades, El Afilador, Villa Massa, Cruz de Alba y Yellow Rose, entre otras. No están incluidos en este informe los datos medioambientales relativos las marcas Martin Miller's, Lolea y Fresco, puesto que estas tres marcas se encuentran en un proceso de integración industrial a lo largo del año 2021. Tampoco se incluyen en el informe de Zamora Company las marcas de distribución como son el ron Matusalem y el champán Pommery.

#### **Certificaciones ambientales:**

Cinco centros de trabajo cuentan con un Sistema de Gestión Medioambiental certificado conforme a los siguientes estándares:

- Cartagena: Norma internacional UNE-EN-ISO 14001
- Dicastillo: Norma internacional UNE-EN-ISO 14001
- Haro: WfCP (Wineries for Climate Protection)
- Mar de Frades: WfCP\_(Wineries for Climate Protection) (en proceso y previsto certificado en 2021)
- Villa Massa: EFQM (European Foundation Quality Management)

Hay que destacar también el Certificado BREEAM de la planta nueva de Cartagena: diseño y construcción con criterios de sostenibilidad.

### Riesgos ambientales, aspectos e impactos:

Los riesgos identificados por Zamora Company respecto a cuestiones medioambientales se refieren a riesgos de incumplimiento de la normativa que puedan conllevar acciones legales, o bien incumplimiento de los compromisos sectoriales adquiridos, que puedan impactar sobre la reputación de la compañía y los objetivos del negocio.

Los riesgos ambientales se han categorizado como de impacto bajo, dadas las medidas de control y seguimiento ya implementadas. Durante el ejercicio 2021 se está llevando a cabo una nueva evaluación de riesgos corporativos, cuyos resultados se están ya teniendo en cuenta para la estrategia global del Grupo y su apuesta firme por la sostenibilidad.

No se ha identificado hasta el momento un riesgo significativo en cuanto a posible afección del cambio climático sobre las actividades del Grupo, no obstante, se evaluarán las posibles consecuencias para desarrollar suficientes medidas a futuro que permitan mitigar este riesgo potencial, dada la estrecha dependencia que nuestros productos tienen del medio natural.

En relación con la **identificación y evaluación de aspectos e impactos ambientales**, se identifican y se evalúan anualmente los aspectos e impactos ambientales de las actividades, con el fin de determinar mediante el uso de unos criterios establecidos (tales como magnitud y peligrosidad), aquellos aspectos ambientales que resultan significativos, destacando los siguientes:

- Consumo de agua
- Consumo de energía eléctrica
- Consumo de combustibles fósiles (gasoil, gases y gasolina)
- Consumo de productos químicos (fitosanitarios, fertilizantes y otros productos de mantenimiento de instalaciones)
- Generación de residuos no peligrosos
- Generación de subproductos vínicos
- Generación de residuos orgánicos
- Generación de residuos peligrosos
- Emisiones de calderas
- Emisiones de vehículos
- Emisiones de gases refrigerantes
- Envases (packaging: vidrio, cartón, plástico...)

Los aspectos que han resultado evaluados como más **significativos** son:

- Consumo de agua
- Consumo de energía eléctrica
- Generación de residuos no peligrosos
- Emisiones de calderas
- Emisiones de vehículos
- Envases (packaging: vidrio, cartón, plástico...)

### Organización y recursos:

Zamora Company impulsa la gestión ambiental a través de la estructura organizativa definida: existe un Gerente Corporativo para el Grupo, que hace las labores de coordinación de los sistemas de gestión y de apoyo en las diferentes auditorías, obtención de datos y orientación para la definición de objetivos e inversiones, tanto a nivel de compañía como de cada centro. Asimismo, en cada planta hay una persona responsable de las cuestiones medioambientales, supervisada por la Dirección Técnica de dicha planta.

En 2020 se han realizado diversas inversiones en instalaciones, no contabilizándose de manera global sino como parte de la gestión de cada planta.

Asimismo, a lo largo de 2020, se han desarrollado más de diez jornadas de auditoría ambiental, destinado del orden de 35.000 euros a las auditorías de seguimiento de los sistemas de gestión, tanto internas como externas.

Se valora positivamente el resultado de las diferentes auditorías internas y externas. Todas ellas se han superado con éxito y no se han detectado incumplimientos graves o mayores.

En 2020 no se ha producido ningún incumplimiento legal o aspecto en tramitación y tampoco se ha abierto ningún expediente sancionador por causa ambiental.

Por no estar dentro de los supuestos establecidos en la legislación vigente (Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental y Órdenes Ministeriales), ninguno de los centros de Zamora Company dispone de provisiones y garantías para riesgos ambientales.

En 2020 la planta de Villa Massa, en Italia, ha obtenido la Autorización Ambiental Única con 7 cualificaciones requeridas por el sector, tales como aguas residuales, uso de estiércol de ganado, emisiones atmosféricas e impacto acústico entre otros.

En cuanto a formación y sensibilización ambiental, a lo largo de 2020 desde el área corporativa de Empresa Consciente se han realizado periódicamente comunicaciones específicas a la totalidad de los empleados, relativas a cuestiones medioambientales y a los compromisos adquiridos por Zamora Company con la Agenda 2030 y su contribución a los ODS.

Esta formación se centra cada mes en un ODS específico y se trasladan mensajes claros y desde un enfoque muy aplicado:

*Qué hacemos desde Zamora Company / Qué puedes hacer tú*

Asimismo, se realizaron diversas formaciones puntuales en los centros en relación con aspectos ambientales, tales como segregación de residuos o consumo eficiente de recursos.

Como iniciativas externas, Zamora Company se encuentra en proceso de adhesión a la [Red Española de Global Compact de Naciones Unidas](#), comprometiéndose con los [Diez Principios del Pacto Mundial](#) de consenso universal en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción.

A nivel particular, la compañía forma parte del [Grupo impulsor del Compromiso por el Desarrollo Sostenible del Puerto de Cartagena](#) (constituido el 13 de febrero de 2020), donde los ODS relacionados de manera directa con el medio ambiente adquieren una gran relevancia, siendo prioridad, en el marco de trabajo, el ODS 13 con el fin de luchar y combatir el cambio climático y sus efectos.

## **2.2. Economía circular y prevención y gestión de residuos**

Como consecuencia de las actividades desarrolladas en los centros de trabajo del Grupo Zamora Company, se generan las siguientes tipologías de residuos:

- Residuos no peligrosos en su mayor parte valorizables y reciclables, como papel, cartón, plástico, vidrio, metal o madera.
- Residuos asimilables a urbanos (RSU, tales como tierras de filtración) con destino a vertedero.
- Residuos peligrosos en pequeñas cantidades (envases, baterías, aceites usados, entre otros).
- Subproductos vínicos (orujo y lías) u otros residuos o subproductos orgánicos (restos de vegetales) que también son 100% reciclables, valorizables o aprovechables como abono orgánico.

Los residuos se recogen en los centros de forma separada, según su tipología, facilitando su posterior tratamiento y valorización por diferentes gestores autorizados.

Se han definido objetivos específicos en algunas plantas relacionados con la mejora de la segregación de residuos, impulsando la formación y la monitorización de las cantidades de residuos generadas por tipo de residuo.

A lo largo de 2020 se realizaron también diversas formaciones puntuales en relación con la correcta segregación de los residuos generados en los centros.

- **Indicadores de generación de residuos 2020:**

Residuos sólidos reciclables (t)	315,12
Residuos sólidos no reciclables (t)	147,43
Residuos peligrosos (t)	2,25
Subproductos orgánicos	1.807,43

Esta información desglosada a este nivel no está disponible para el ejercicio 2019, por no estar integrados los sistemas de recogida de datos en algunas de las plantas ni los datos de campo en algunas de las fincas, por tanto, no se puede efectuar una comparativa reflejo de la situación real.

Al igual que en otros indicadores que se incluyen en este informe, la compañía ya está trabajando en un mejor sistema de control y reporte interno de resultados que englobe de manera homogénea todos los centros de trabajo.

Un 93,3% de los residuos generados son valorizables y/o reciclables, mientras que solo un 6,6 % de los residuos van a vertedero o necesitan tratamiento para su eliminación.

La compañía se plantea llegar al objetivo de Residuo Cero para el año 2025.

A continuación, se facilitan cantidades por cada tipología de residuos:

- **Subproductos orgánicos:**

Tipo de residuo	Cantidad
Lías	239,30
Orujos	1.282,59
Raspón	89,54
Arañón	196
Total	1.807,43

- Residuos sólidos reciclables:

Tipo de residuo	Cantidad
Vidrio	53,3
Papel y cartón	178,1
Plástico	46,9
Madera	21,7
Metal	15,1
Total	315,12

- Residuos sólidos no reciclables:

Tipo de residuo	Cantidad
RSU	59,83
Tierras filtrantes	87,60
Total	147,43

En cuanto a los residuos de naturaleza peligrosa, estos representan únicamente del orden de un 0,5% del total de residuos generados.

Concretamente, los residuos derivados de productos fitosanitarios considerados envases de naturaleza peligrosa, son gestionados por *Sigfito*, el sistema de recogida autorizado a nivel nacional, y suponen únicamente un 0,031 % del total de residuos generados.

En cuanto al desperdicio alimentario, no hay acciones en marcha ya que no se considera un aspecto ambiental derivado de la actividad de Zamora Company. Si bien nuestros productos son alimentos, no se consideran de primera necesidad ni tampoco por su valor económico se desperdician o se producen mermas significativas. Son poco relevantes las devoluciones de mercado y menos aún las posibles desviaciones de cantidades en el envasado, sobre los que se aplica un estricto control.

Continuamos trabajando para mejorar la metodología de toma de datos de la totalidad de las plantas del Grupo y poner en marcha una herramienta interna que nos facilite indicadores cada vez más precisos, para poder valorar de manera fiable la evolución en nuestra gestión ambiental, acometiendo las medidas necesarias por actividades y centros.

En cuanto a los **vertidos líquidos**, la situación varía en función del centro de trabajo y volumen de producción. Podemos distinguir entre tres formas de vertido:

- Vertido cero a cauce público. Es el caso de la planta de Cartagena, donde toda el agua residual se depura internamente y, o bien se aporta a la finca que rodea la fábrica, o bien es retirada por un gestor. El sistema es sometido a control continuo y se cumplen los parámetros legalmente establecidos.

También la bodega de Rueda vierte al viñedo, tras tratar el agua en una depuradora propia. El sistema es sometido a control continuo y se cumplen igualmente los límites legales fijados por las autorizaciones correspondientes.

- Vertido a cauce público tras depuración propia. Es el caso de la bodega de Haro, donde se cuenta con depuradora propia. El sistema es sometido a control continuo y se cumplen los parámetros legalmente establecidos, previo al vertido a cauce público.
- Vertido directo a cauce público. Es el caso del resto de plantas de producción. En todas ellas el vertido es también sometido a control continuo y se cumplen los parámetros legalmente establecidos para el vertido directo.

En cualquiera de los casos, como ya se ha mencionado anteriormente, los vertidos líquidos no se han identificado como aspecto ambiental significativo ni se han detectado riesgos asociados.

En este aspecto, es destacable la **reducción de un 50% de la carga contaminante en el vertido** alcanzado en la planta de Dicastillo

## 2.3. Uso sostenible de recursos

### o Consumo de agua

El agua que se consume en las plantas procede principalmente de la red de abastecimiento municipal, lo cual supone el 88,5 % del agua total consumida, mientras que el 11,5% restante es agua procedente de pozo, en ambos casos de acuerdo con las limitaciones locales.

En 2020 se aplicaron varias medidas para el ahorro en el consumo de agua:

- Equipos de limpieza de depósitos de circuito cerrado.
- Dosificadores en las bocas de las mangueras.
- Control sectorizado de las zonas de consumo de agua en cada planta.
- Adquisición de fregadoras automáticas para suelos.
- Concienciación y formación del personal.

En cuanto a los cultivos, utilizamos sistemas de riego inteligente con medidores de estrés hídrico por cepa para calcular la necesidad exacta del agua.

Las estaciones meteorológicas nos ayudan a predecir las labores de campo con mayor precisión, tanto si se va a necesitar riego, como prever si hay viento para decidir si se debe aplicar algún tratamiento a la planta.

▪ **Indicador de consumo de agua:**

	2019	2020
Consumo de agua (m <sup>3</sup> )	46.427,56	45.561,88

Respecto al periodo anterior, en 2020 se ha producido un descenso en el volumen absoluto a nivel global; sin embargo, si se considera la ratio de actividad (litros por litro embotellado), el valor se sitúa en 2,45 litros de agua /litro embotellado, lo que supone un aumento en torno a un 20% respecto al año anterior.

Esta tendencia negativa se debe fundamentalmente a la situación de baja producción provocada por la pandemia, que ha ocasionado unos consumos fijos a pesar de que el indicador de producción haya disminuido considerablemente y se hay situado muy por debajo de las previsiones para 2020.

○ **Consumo de energía y combustible**

En este ámbito, los objetivos implantados están encaminados a la optimización del consumo energético y, en consecuencia, a reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) a la atmósfera y su consecuente impacto en el cambio climático.

Como combustibles se utiliza biomasa, gas natural y gasoil.

En 2020 se ha realizado una **auditoría energética** a Zamora Company según dicta el RD 56/2016, para edificios, procesos y transporte, según metodología de

la norma UNE 16247. La auditoría incluyó el 85 % del consumo energético total anual de Zamora Company en España, lo que supuso auditar los centros de Haro, Cartagena, Dicastillo, Rueda, Meis (Mar de Frades) y la flota de transporte.

Como objetivo a nivel de grupo, Zamora Company se ha comprometido a que el 90% de su consumo energético para el año 2025 sea energía renovable. Algunas de las plantas del Grupoa están ya muy próximas a alcanzar dicho objetivo.

En 2020, el porcentaje de **energía renovable** consumida en cada planta ha sido:

- Cartagena, 60,5 %
- Haro, 66,6 %
- **Dicastillo, 86 %**
- Meis (Mar de Frades), 66,7 %
- Orense, 12,9 %
- **Rueda, 85,5 %**
- Sorrento (Italia), 21,8 %
- Quintanilla de Onésimo (Cruz de Alba), 34,2 %
- Houston-Texas (EEUU), 0 %

Hay que tener en cuenta que, al haber incluido la actividad de campo en los consumos energéticos, el porcentaje de renovable disminuye, ya que es ahí donde precisamente se utiliza una mayor proporción de combustibles fósiles.

A lo largo del 2020 se aplicaron varias medidas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables tales como:

- Adquisición de energía eléctrica 100 % de origen renovable.
- Sustitución de luminarias por otras de tecnología LED
- Concienciación y formación del personal en el uso eficiente de la energía.

Asimismo, en la planta de Cartagena, un 2,5% del total de energía consumida es autogenerada mediante placas solares y el Grupo tiene previstas diversas inversiones a futuro en energía renovable y eficiencia energética.

- **Indicadores de consumo energético y de combustible:**



	2019	2020
Consumo eléctrico (MWh)	3904,742	3690,739
Consumo de gas natural (MWh)	234,75	276,65
Consumo de otros gases (MWh)	58,55	38,46
Consumo de gasoil (MWh)	193,43	1145,87
Consumo de biomasa (MWh)	943,78	914,05
Otras energías (MWh)	131,90	123,88
Consumo TOTAL (MWh)	5.467,09	6189,65

El incremento de un 11,5 % en el consumo total de energía respecto al año anterior es debido a haberse considerado ya en 2020 toda la actividad relacionada con el campo y el cultivo de viñedos. A pesar de que el dato de evolución no manifieste una tendencia positiva, es una muestra de que en la compañía se trabaja para tener en consideración todas las actividades y mejorar los cálculos relativos a la huella real de carbono.

En el caso de no incluir la actividad de campo en el cálculo, el consumo total de energía en 2020 respecto a 2019 se habría reducido en un 6,96 %.

Por otra parte, el indicador de consumo de energía por producto embotellado en 2020 ha sido de 0,34 KWh/l, incrementándose igualmente en un 29% respecto a 2019. A la explicación indicada anteriormente, ha de sumarse además el efecto de la pandemia, que ha obligado a mantener unos gastos fijos de energía mientras la producción ha bajado considerablemente.

#### o Consumo de envases y otras materias primas

Nuestros esfuerzos se centran en optimizar el consumo de materiales y productos químicos como recursos con mayor impacto ambiental, empleando en la medida de lo posible productos más ecológicos, minimizando el uso de plástico y tratando de incrementar la vida útil de los materiales.

Debido a la naturaleza de las actividades desarrolladas por Zamora Company, no se produce un consumo elevado de materias primas que por su naturaleza peligrosa puedan tener un impacto ambiental significativo.

Las materias primas más relevantes son: alcohol y aguardiente, vino, azúcar, vegetales (uva, mosto, endrinas, hierbas o botánicos y café) y aromas. Puesto que todas estas materias están ligadas a la producción, no hay un plan de reducción de consumos.

En 2020 Zamora Company adquirió un total de 15831,20 toneladas de estas materias primas. De este total, más de 9.000 toneladas son materias vegetales,

más de 2.600 toneladas es azúcar, 2.500 toneladas es alcohol y el resto se distribuye entre aromas y otros compuestos.

Por otra parte, contamos con proveedores corporativos que proporcionan los distintos productos de limpieza y mantenimiento de los centros. Estos productos empleados permiten el reciclado del envase y aseguran las prácticas óptimas de uso desde el punto de vista de minimización de su impacto ambiental.

Respecto al consumo de **fertilizantes** y **fitosanitarios** químicos para las actividades de campo, éste es muy bajo y no se ha evaluado como impacto ambiental significativo.

El objetivo es el consumo mínimo de productos químicos, promoviéndose otras alternativas de productos orgánicos, como por ejemplo fertilizantes de origen ovino en sustitución de abonos químicos (en Ramón Bilbao el 100% del abono que se utiliza es de origen ovino), y prácticas como la confusión sexual en los viñedos y la agricultura de precisión que permiten reducir el uso de fitosanitarios.

La compañía ha participado en un proyecto de investigación para crear un modelo propio que permita el uso racional y sostenible de fitosanitarios, buscando minimizar la aplicación de este tipo de productos para reducir el impacto ambiental del viñedo (*Proyecto Oidio, promovido por Grupo Rioja, en el que ha participado Bodegas Ramón Bilbao*).

En cuanto a los aspectos derivados del **packaging**, Zamora Company está alineada con el programa Empresarial de Prevención de Envases del sector promovido por *Ecovidrio*, el sistema integrado de recogida de vidrio autorizado a nivel nacional.

Asimismo, la compañía está integrando **criterios de sostenibilidad en todos sus proyectos de Innovación**.

Se encuentra inmersa en varias iniciativas enfocadas a minimizar el impacto ambiental de sus envases, analizando todo el ciclo de vida de los productos, es decir, teniendo en cuenta la huella ambiental asociada a su producción, distribución o consumo, con el fin de minimizarla y teniendo en cuenta las claves del **ecodiseño**, principalmente las siguientes:

- Envases más ligeros: reducción del peso unitario.
- Envases que incorporen más material reciclado.
- Envases más fácilmente reciclables, facilitando la separación de cierres, etiquetas, corona y otros componentes del envase.
- Uso de materiales respetuosos (biodegradables, reciclados y reutilizables) y minimización del uso del plástico en envases.
- Reducción del desperdicio y cantidad de material.

- Reducción del número de decoraciones, inserciones y tintas, y empleo de pigmentos biodegradables y materiales naturales como el corcho en la medida de lo posible.
- Reducción de gramajes en papel y cartón y optimización de sistemas de embalaje.

Próximamente se verán los resultados de estos proyectos y se comenzarán a aplicar medidas en función de los resultados de viabilidad.

También en este sentido, Zamora Company ya se plantea la utilización de etiquetas y cartón con el sello FSC (Forest Stewardship Council), máxima garantía de que esta materia prima proviene de bosques gestionados de forma sostenible, y se ha establecido como objetivo la eliminación del plástico en promociones y acciones de marketing.

Asimismo, también se está en fase de análisis sobre la viabilidad de la reutilización de botellas, analizando la idoneidad de un posible SDDR (Sistema de Depósito, Devolución y Retorno) frente al actual sistema de gestión por pago de envases puestos en el mercado (*Proyecto Rewine*).

## **2.4. Contaminación atmosférica y cambio climático**

El Grupo Zamora Company mantiene como uno de sus principios básicos de actuación ambiental el **apoyo firme en la lucha contra el cambio climático**.

Todos los centros son conscientes de la importancia del control de los focos que generan emisiones a la atmósfera y se dispone de programas preventivos de mantenimiento para conservar las condiciones óptimas de funcionamiento y mantener un control adecuado de las instalaciones, revisando periódicamente todas las operaciones que puedan generar emisiones a la atmósfera, conforme a la normativa vigente de aplicación.

Los principales focos de emisión son las calderas, los equipos de climatización que contienen gases fluorados de efecto invernadero, y las emisiones de los vehículos.

En cuanto a las tres calderas (Cartagena, Haro y Rueda), éstas son ya de biomasa, por lo que no emiten gases contaminantes.

Por otra parte, el compromiso de Zamora Company es la utilización de maquinaria de última generación que tenga un mínimo impacto en la emisión de GEI, planteándose a futuro la movilidad eléctrica.

En relación con los equipos que contienen gases fluorados de efecto invernadero, la organización realiza además los controles de fugas pertinentes.

Para el estudio de emisiones y cálculo de la huella de carbono corporativa, se han tenido en cuenta los consumos de gases refrigerantes fluorados recargados en todos los centros, no contabilizándose fuga alguna en ninguno de ellos.

No se identifica ni contaminación acústica ni lumínica significativa provocada por el desarrollo de las actividades de Zamora Company.

Como ya se ha mencionado anteriormente, tampoco se ha valorado como riesgo significativo, de momento, la posible afección del cambio climático sobre las actividades del Grupo. Se tiene constancia de que el cambio climático está afectando a las áreas tradicionales de cultivo de vides, por lo que la compañía ya trabaja en el estudio de una nueva generación de viñedos de gran altitud.

▪ **Indicadores de emisiones:**

De forma anual se está realizando el cálculo de la **Huella de Carbono** de la actividad del Grupo, incluyendo de momento emisiones totales de alcance 1 y 2, y algunas de alcance 3:

- Alcance 1: Incluye emisiones de GEI (gases de efecto invernadero) procedentes de fuentes de emisión que pertenecen o son controladas por la organización, derivadas en este caso del consumo de gas natural y gasóleo, las emisiones de GEI directas de vehículos propios y las emisiones consideradas de las fugas de los gases refrigerantes empleados en los sistemas de refrigeración.
- Alcance 2: Incluye emisiones indirectas de GEI producidas por la generación de la electricidad, calor o vapor de origen externo y consumido por la organización. En nuestro caso, nos referimos únicamente al consumo de energía eléctrica.
- Alcance 3: Incluye otras emisiones indirectas que siendo consecuencia de las actividades de la organización, se originan en fuentes de GEI que pertenecen o son controladas por otras organizaciones. En nuestro caso, identificamos las materias primas, el packaging (botellas, tapones y tapas, etiquetas, cajas y estuches), los viajes de trabajo y vehículos de empresa, los residuos generados, el equipamiento informático y de oficina (papel) y la distribución a cliente primario (almacén logístico nacional y clientes internacionales "no ex works"). Por el momento, se ha trabajado este alcance únicamente considerando algunas de las plantas.

Los resultados de las emisiones totales del Grupo Zamora Company en 2020 son los siguientes:



Alcance 1 (tCO <sub>2</sub> eq)	261
Alcance 2 (tCO <sub>2</sub> eq)	442
TOTAL (tCO <sub>2</sub> eq) (*)	703

El indicador del total de Emisiones de GEI (Alcances 1 y 2) por producto en 2020 ha sido de 39,41 g C O<sub>2</sub> / litro embotellado.

No se ha podido hacer una comparación realista de la evolución en la huella de carbono desde el año anterior, puesto que en 2020 ya se ha considerado en los cálculos la energía consumida en actividades de campo. Adicionalmente, como ya se ha mencionado, la situación ocasionada por la pandemia ha influido muy negativamente en los indicadores, al haberse mantenido los consumos fijos, pero haberse reducido considerablemente la producción.

Adicionalmente, se incluyen en el informe los resultados de las emisiones totales del Grupo Zamora Company en los alcances 1, 2 y 3 del año 2019 para las plantas de Haro y Meis, que serán comparadas con las de 2020 en próximos ciclos de reporte. Además, se trabajará en el futuro de cara a obtener las emisiones de alcance 3 en el resto de plantas productivas.

Haro

Alcance 1 (tCO <sub>2</sub> eq)	147
Alcance 2 (tCO <sub>2</sub> eq)	0
Alcance 3(tCO <sub>2</sub> eq)	12553
TOTAL (tCO <sub>2</sub> eq)	12680

Meis

Alcance 1 (tCO <sub>2</sub> eq)	75
Alcance 2 (tCO <sub>2</sub> eq)	5
Alcance 3(tCO <sub>2</sub> eq)	2028
TOTAL (tCO <sub>2</sub> eq)	2105

Nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> están ya en torno a un 82% por debajo de la media del sector, según el estudio realizado por PwC para Espirituosos España 2020, "Estrategia de sostenibilidad en el sector de la Fabricación de Bebidas Espirituosas en España, y aún así, nos hemos marcado un objetivo de reducción de un 15% para el año 2025.

## 2.5. Protección de la biodiversidad

No se ha identificado afección significativa a la biodiversidad derivada de las instalaciones de Zamora Company.

Ningún centro de producción se encuentra situado en áreas protegidas o de especial valor para la biodiversidad.

En general, las plantas de Zamora Company están bien asentadas en su entorno y tienen un efecto positivo en el apoyo a las comunidades locales y a la biodiversidad.

Sin embargo, la actividad agraria del cultivo de viñedos sí puede tener un potencial impacto sobre el medio. En este sentido, desde hace años, en el Grupo se viene trabajando para reducir esta posible afección a través de un completo programa de **viticultura sostenible**.

Como una política de apoyo a comunidades locales, se está estudiando la regeneración y/o **mantenimiento de los ecosistemas endémicos en viñedo**. Consiste en acciones para favorecer la fauna y la flora asociada al cultivo y al entorno del viñedo y que aporta además un beneficio ecológico a los cultivos (control natural de plagas y de flora asociada); por ello, se ha planteado la conveniencia de mantener algunas hectáreas de producción como 100% ecológicas.

A modo de ejemplo de algunas de las iniciativas acometidas, el compromiso de Zoco con la producción de endrinas 100% navarras tiene un efecto directo en la biodiversidad y el favorecimiento del policultivo para los agricultores de la zona. Además, durante 2020, Zoco ha llevado a cabo una acción en la planta de Dicastillo como promoción de la conservación de la biodiversidad. Se trata de la implantación de control biológico de la vegetación de la finca con dos equinos (burros). De esta forma se evita el uso de herbicidas y de combustibles fósiles en tareas de desbrozado, y se apoya a la vez una especie en extinción y de uso tradicional en el medio rural en donde nos encontramos.

El resto de las plantas y actividades tienen como base el estar asentados en zonas donde la principal materia prima procede de una Indicación Geográfica o Denominación de Origen concreta: limones de Sorrento en el caso de Villa Massa, uvas de Rioja y Rueda para Ramón Bilbao, de las Rías Baixas para Mar de Frades y de Ribera del Duero para el caso de Cruz de Alba.

En el año 2020 se adquirieron más de 9.000 Toneladas de vegetales ligados a la zona geográfica en donde se ubican las diferentes plantas de producción: uvas, endrinas y limones, lo cual supone un verdadero compromiso y apoyo a las comunidades locales y al medio rural del entorno donde están ubicadas nuestras plantas productivas.

Otra muestra del cuidado del entorno por parte de la compañía es la aplicación del abono orgánico de oveja que utiliza Ramón Bilbao en sus viñedos, el cual permite reponer los nutrientes extraídos con la producción de uva, mejorar la actividad biológica del suelo y por tanto su estructura y su capacidad para nutrir a la planta.

Sus efectos están presentes durante unos cinco años, de forma que se acumulan en el suelo sustancias húmicas de lenta degradación. Además, este tipo de abono mejora las propiedades de retención de aguas, regula el pH, regula la temperatura del suelo y mantiene su sanidad.

La cultura biodinámica está muy presente en nuestras prácticas diarias. Nuestro equipo de campo está muy sensibilizado con ellas y aplica tratamientos naturales como manzanilla, cola de caballo o propóleo.

De cara al futuro y para respetar al máximo nuestro entorno, somos conscientes de que es vital **impartir formación a los viticultores** con los que trabajamos y aplicar de manera precisa los **tratamientos preventivos**.

Nuestra política incluye buscar un equilibrio entre asegurar la producción y preservar lo máximo posible el entorno. Por eso, no utilizamos herbicidas y contamos con un equipo electrónico que limpia las cubiertas a través de un sensor.

Otra iniciativa destacable ha sido el **vuelo con drones como parte de nuestra apuesta por la viticultura de precisión**. Utilizado por primera vez en la vendimia de 2017, es un paso más para monitorizar el viñedo a través de imágenes que nos den información y hagan las labores en el campo lo más precisas posibles.

De esta manera podemos controlar el vigor de la planta, zonificación, la capacidad fotosintética de la planta, el estado sanitario, color, rendimientos, e incluso hacer una predicción de la vendimia, así como tratar alguna enfermedad de manera muy localizada.

Otro de nuestros principios de actuación es el **respeto por la fauna**. El entorno en el que operamos y su conservación son de vital importancia para crear un marco de biodiversidad. Nuestros primeros pasos para preservar este entorno han sido la instalación de nidos de madera en Villalba y en Rueda para fomentar la cría de azores, así como la colocación de postes para que se posen las aves rapaces.

Por último, entre otras muchas iniciativas del Grupo reafirmando su compromiso con la sostenibilidad, hay que destacar el *Proyecto Globalviti*, proyecto de mejora de la producción vitivinícola frente al cambio climático mediante la aplicación de nuevas tecnologías, en el que ha participado Ramón Bilbao y se ha desarrollado con la colaboración de trece grupos de investigación de referencia nacional y con el apoyo financiero del programa CIEN (Programa Estratégico de Consorcios de Investigación Empresarial Nacional) del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).



Actualmente, la compañía está trabajando en diferentes **proyectos de I+D** para mejorar nuestro acercamiento a la sostenibilidad desde el cuidado de la biodiversidad, tales como el estudio de enfermedades de la madera y del microbiota, y la prevención de desarrollo de Mildiu y Oídio a través de modelos matemáticos que nos ayuden a predecir el porcentaje de riesgo y a poder tomar decisiones exactas para los tratamientos.

### 3. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

El **Plan de Empresa Consciente 20-22** recoge como uno de los ejes estratégicos de la compañía contar con **Empleados empoderados**, porque ellos son pieza clave en nuestro día a día, y su voz, sus ideas y sus acciones adquieren la máxima relevancia a la hora de hacer realidad nuestro legado de futuro.

Nuestras líneas estratégicas para ser una gran empresa donde trabajar se resumen en:

- Desarrollo profesional
- Conciliación, diversidad e inclusión
- Salud y seguridad laboral
- Equipo consciente

A continuación, se detallan cada una de las cuestiones sociales y relativas al personal.

La información reportada en cada una de estas cuestiones hace referencia a las sociedades nacionales, italianas y estadounidenses, no cubriendo la totalidad de las sociedades que están dentro del perímetro de consolidación debido a problemas tecnológicos de acceso al resto de información internacional.

Las sociedades incluidas representan más del 96% de la plantilla y el Grupo ya está trabajando en el desarrollo de mejoras tecnológicas pertinentes de cara al próximo ejercicio de reporte.

Las 12 sociedades nacionales incluidas son las siguientes: Diego Zamora, S.A, DZ Licores, S.L., Inza, S.L., Zamora Retail, S.L., Zamora Company Global, S.L., Zamora International, S.L., Zamora Company España, S.L. Bodegas Ramon Bilbao, S.A., Ramon Bilbao Vinos Y Viñedos, S.L., Bodegas Mar De Frades, S.L., Bodegas Cruz De Alba, S.L., Mercado Del Puerto, S.L.

Las 4 sociedades internacionales agregadas a la información son: The Zamora Americas, Inc USA - Zamora Company USA, LLC - Yelow Rose Distilling, LLC USA - Villa Massa, SRL Italia.

### 3.1. Empleo

A cierre del ejercicio 2020, el Grupo lo componen 507 empleados, analizando a efectos de este informe según lo anteriormente expuesto, a un total de **490 empleados**, de los cuales, 419 pertenecen a las sociedades nacionales, 54 a las estadounidenses y 17 a la sociedad italiana.

De la plantilla analizada, 320 empleados son hombres (65,3%) y 170 mujeres (34,7%).

Las siguientes tablas recogen la información acorde a distintos tipos de distribución y clasificación para el número de empleados del ejercicio 2020 y su comparativa con el año anterior.

- **Empleados por sociedades y/o líneas de negocio:**

1	DIEGO ZAMORA, S.A.	63
2	Zamora Retail, S.L.U.	10
3	Zamora International, S.L.U.	29
4	Zamora Company España, S.L.U.	84
5	Mar de Frades, S.L.U.	20
6	Ramon Bilbao Vinos y Viñedos, S.L.U.	13
7	Bodegas Ramón Bilbao, S.A.	95
8	Bodegas Cruz de Alba, S.L.U.	7
9	DZ Licores, S.L.U.	79
10	Innovations Zamora, S.L.U.	11
11	Zamora Company Global, S.L.U.	8
12	Mercado del Puerto Cartagena, S.L.	0,21
<b>Total España =</b>		<b>419</b>

1	The Zamora Americas, Inc USA)	5
2	Zamora Company USA, LLC	33
3	Yelow Rose Distilling, LLC USA	16
4	Villa Massa, SRL Italia	17
<b>Total internacional =</b>		<b>71</b>

- Número medio y distribución de empleados por sexo, edad, y categoría profesional:

Año 2020

**TABLA 1 - 2020 : Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional**

**TABLA 1: Edad , Género / Clasificación (plantilla media): Directivo Banda A/B, Medio C / Empleados D/E**

Edad	Sexo	Directivo	Cargo medio	Empleado	TOTAL
< 30	<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>84</b>	<b>92</b>
	Hombre	0	6	52	58
	Mujer	0	2	32	34
30 - 50	<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>66</b>	<b>203</b>	<b>294</b>
	Hombre	21	37	126	184
	Mujer	4	29	77	110
> 50	<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>13</b>	<b>72</b>	<b>104</b>
	Hombre	16	11	51	78
	Mujer	3	2	21	26
<b>TOTAL</b>	-	<b>44</b>	<b>87</b>	<b>359</b>	<b>490</b>

Año 2019

Edad	Sexo	Directivos	Mandos intermedios	Staff	TOTAL
<30	<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>80</b>	<b>86</b>
	Hombre	0	4	46	50
	Mujer	0	2	34	36
30-50	<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>66</b>	<b>196</b>	<b>291</b>
	Hombre	23	34	112	169
	Mujer	6	32	84	122
50<	<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>74</b>	<b>104</b>
	Hombre	17	8	52	77
	Mujer	4	1	22	27
<b>TOTAL</b>	-	<b>50</b>	<b>81</b>	<b>350</b>	<b>481</b>

- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial, por sexo, edad y clasificación profesional:

Año 2020

**TABLA 2 - 2020 : Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo**

**TABLA 2:** x empresa fijos y eventuales, y por género

Edad	Sexo	Contratos Indefinidos	Contratos Temporales	Contratos en prácticas	TOTAL
< 30	<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>24</b>	<b>3</b>	<b>92</b>
	Hombre	38	17	3	58
	Mujer	27	7		34
30 - 50	<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>29</b>	<b>0</b>	<b>294</b>
	Hombre	164	20		184
	Mujer	101	9		110
> 50	<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	<b>104</b>
	Hombre	63	15		78
	Mujer	19	7		26
<b>TOTAL</b>	-	<b>412</b>	<b>75</b>	<b>3</b>	<b>490</b>

**Talbla 2.1. 2020 Contratos x Categoría** Clasificación (plantilla media): Directivo Banda A/B, Medio C / Empleados D/E

	Directivo	Cargo medio	Empleado	TOTAL
<b>Contratos Indefinidos</b>	44	86	291	421
<b>Temporales</b>	0	1	65	66
<b>Prácticas</b>	0	0	3	3
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>87</b>	<b>359</b>	<b>490</b>

Año 2019

Edad	Sexo	Contratos Indefinidos	Contratos Temporales	Contratos en prácticas	TOTAL
<30	<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>25</b>	<b>7</b>	<b>85</b>
	Hombre	32	20	3	55
	Mujer	21	5	4	30
30-50	<b>Total</b>	<b>272</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>302</b>
	Hombre	158	13	1	172
	Mujer	114	13	3	130
50<	<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>94</b>
	Hombre	61	8	0	69
	Mujer	22	2	1	25
<b>TOTAL</b>	-	<b>408</b>	<b>61</b>	<b>12</b>	<b>481</b>

*\*No se aporta comparativa sobre contratos por categoría profesional, ya que en el ejercicio 2019 esta información sólo se desglosó por sexo y edad.*

- Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional:

Año 2020

TABLA 3 - 2020 : Despidos: Edad y género		
Edad	Sexo	Despidos
< 30	<b>Total</b>	<b>1</b>
	Hombre	
	Mujer	1
30 - 50	<b>Total</b>	<b>34</b>
	Hombre	19
	Mujer	15
> 50	<b>Total</b>	<b>7</b>
	Hombre	5
	Mujer	2
<b>TOTAL</b>	-	<b>42</b>

Nueva tabla incorporada en 2020:

TABLA 3.1 - 2020 : Despidos x Categoría Profesional

Categoría Profesional	Despidos
Directivos	2
Cargos Intermedios	6
Empleados	34
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>

En el año 2020 se llevaron a cabo 42 despidos, fundamentalmente como consecuencia de la situación provocada por la pandemia de la COVID-19.

Año 2019

Edad	Sexo	Número de bajas
<30	<b>Total</b>	<b>6</b>
	Hombre	5
	Mujer	1
30-50	<b>Total</b>	<b>11</b>
	Hombre	6
	Mujer	5
50<	<b>Total</b>	<b>3</b>
	Hombre	2
	Mujer	1
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>20</b>

\* No se aporta comparativa sobre despidos por categoría profesional, ya que en el ejercicio 2019 únicamente se desglosó esta información por sexo.

- Remuneraciones medias y su evolución desagregadas por sexo, edad y clasificación profesional:

Año 2020

**TABLA 6 REMUNERACIONES**

TABLA 6 - 2020 Edad , Género / Clasificación (plantilla media): Directivo Banda A/B, Mandos Intermedios C/ Staff D/E

Se incluyen los conceptos FIJO y VARIABLE ANUAL (Bonus, comisiones ...) y SIP no recogido para 2020 (no devengado) (no allowance)

Edad	Sexo	Directivos	Mandos Intermedios	Staff
< 30	<b>Total</b>	<b>0 €</b>	<b>49.112 €</b>	<b>20.729 €</b>
	Hombre		49.112 €	18.644 €
	Mujer		47.355 €	22.814 €
30 - 50	<b>Total</b>	<b>122.317 €</b>	<b>64.556 €</b>	<b>29.506 €</b>
	Hombre	157.076 €	69.017 €	29.260 €
	Mujer	87.558 €	60.095 €	29.752 €
> 50	<b>Total</b>	<b>138.760 €</b>	<b>83.489 €</b>	<b>26.544 €</b>
	Hombre	166.672 €	83.489 €	30.071 €
	Mujer	110.847 €	54.531 €	23.016 €

Año 2019

Edad	Sexo	Directivos	Mandos intermedios	Staff
<30	<b>Total</b>	-	<b>50.773€</b>	<b>28.083€</b>
	Hombre	-	45.688€	26.322€
	Mujer	-	55.859€	29.843€
30-50	<b>Total</b>	<b>109.972€</b>	<b>61.658€</b>	<b>30.106€</b>
	Hombre	140.161€	58.463€	30.978€
	Mujer	79.784€	64.853€	29.234€
50<	<b>Total</b>	<b>148.878€</b>	<b>50.230€</b>	<b>33.765€</b>
	Hombre	168.457€	42.366€	38.700€
	Mujer	129.300€	58.093€	28.831€
<b>TOTAL</b>	-	<b>129.425€</b>	<b>54.220€</b>	<b>30.651€</b>

En torno al 40% de la plantilla del Grupo recibe evaluación de su desempeño ligado a bonus.

- **Remuneración media de los consejeros y directivos desagregadas por sexos:**

Alta dirección: 1.838.118,29€ (6)

Hombres: 1.675.172,02€ (5)

Mujeres: 162.946,27€ (1)

Consejo administración: 407.372,00€ (7)

Hombres: 353.962,00 (6)

Mujeres: 53.410,00€ (1)

- **Brecha salarial: remuneración de puestos de trabajo iguales o de media del Grupo:**

Para calcular la brecha salarial del Grupo, se ha tenido en cuenta el número hombres y el número de mujeres en plantilla al cierre del ejercicio, y se ha calculado la brecha salarial con la siguiente división:

$$\frac{\text{Promedio salarios hombre} - \text{Promedio salarios mujer}}{\text{Promedio salarios hombre}}$$

De esta manera, el resultado de la brecha salarial del Grupo en el ejercicio 2020 es de un 30,07%.

El mismo cálculo realizado en el ejercicio 2019, resultó en un valor de brecha salarial del 17,73%.

Como se puede ver, en la plantilla más numerosa (categoría de "Empleados") las remuneraciones medias están a la par en cualquier franja de edad, siendo incluso superados por las mujeres en las edades más jóvenes (<30 años). Sin embargo, en los cargos medios y directivos es donde se rompe la media, debido a que será necesario el paso del tiempo para terminar de cerrar estas diferencias. Como vemos, las personas más jóvenes y que cuentan con un mayor recorrido profesional y promocional en la empresa son mujeres con una retribución media superior incluso a la de los hombres, por lo que la tendencia está clara. Además, el incremento de la cifra se debe a que en estos cálculos anuales no se está teniendo en cuenta, por ejemplo, que la incidencia de los contratos a jornada completa en los hombres es claramente superior al porcentaje de este tipo de contratos en las mujeres.

El Grupo se encuentra en la actualidad inmerso en un proyecto hacia la consecución de la igualdad, tal como se describe más adelante en el punto 3.7. Igualdad y gestión de la diversidad.

#### - Políticas de desconexión laboral:

En el Grupo no se dispone de una política específica de desconexión laboral, pero en el documento **General People**, entregado a cada nuevo empleado que se incorpora a la compañía, se recoge la filosofía del Grupo en cuanto al cuidado de sus trabajadores.

Somos plenamente conscientes de la importancia de adoptar medidas para potenciar el respeto al tiempo de descanso de los trabajadores una vez finalizada la jornada laboral, reconociendo el derecho a la desconexión digital como elemento fundamental para lograr una mejor conciliación del tiempo de trabajo en aras del respeto de la vida privada y familiar y, en definitiva, de la calidad de vida y salud de los trabajadores.

Se cumple asimismo de manera estricta la legislación vigente y lo establecido en los 14 convenios colectivos de aplicación.

Se dispone, desde 2018, de una **Política de flexibilidad horaria** aplicable a todos los empleados de Zamora Company que no realizan tareas de producción o mantenimiento de las instalaciones. Esta política se integra con la cultura de compromiso con la compañía, pues entendemos que depositando confianza y dando libertad de organización de su tiempo a los empleados, la implicación es mayor.

Esta política se detalla más adelante en el punto 3.2. Organización del trabajo.

Por otra parte, con motivo de la situación provocada por la pandemia de la COVID-19, se estableció un **Acuerdo de teletrabajo** que, de forma temporal y extraordinaria, establece que el/la Trabajador/a presta sus servicios desde su domicilio para extremar cautelas ante la crisis sanitaria.

Actualmente se mantienen rigurosas medidas en este sentido, revisándose las pautas periódicamente según la información facilitadas por las autoridades correspondientes. En todos los casos, se mantiene el respeto al derecho a la desconexión laboral de los empleados.

Asimismo, es intención de Zamora Company ofrecer a sus empleados la posibilidad de usar para el desempeño de sus puestos de trabajo teléfonos inteligentes y laptops de su propiedad. Como consecuencia de lo anterior, se hace necesario establecer una política para proteger la seguridad y la integridad de la infraestructura de datos y tecnología de la compañía.

Esta política está recogida en el documento **BYOD (Bring Your Own Device)**, que no sólo incluye pautas y procedimientos para el uso de dispositivos electrónicos del Grupo, sino que a su vez facilita una desconexión digital, de cara a que, salvo en circunstancias urgentes, excepcionales o de fuerza mayor, no se prolongue la jornada de los empleados debido a la tenencia de los dispositivos móviles de trabajo.

- **Número de empleados con discapacidad:**

Empleados con discapacidad en el <b>Grupo Zamora Company</b> (*)	2019	2020
Número de personas	6	7
Porcentaje del total de la plantilla	1,25	1,43

(\*) Se aportan datos consolidados de Grupo, cumpliendo cada una de las sociedades la normativa de aplicación.

### 3.2. Organización del trabajo

El Grupo define la organización del trabajo en lo que se refiere a tiempos de jornada laboral, turnos, horas extraordinarias, flexibilidad horaria, etc., según los **14** diferentes **convenios colectivos** que le son de aplicación.

Adicionalmente, y como se ha mencionado anteriormente, el Grupo cuenta con una **Política de flexibilidad horaria** aplicable a todos los empleados que no realizan tareas de producción o mantenimiento de las instalaciones.

Bajo la misma, se contempla la flexibilidad en los horarios de entrada y salida, fijando únicamente un horario de presencia en el puesto de trabajo que comprende en jornada continuada de 9 de la mañana a 13 horas y de 16 a 17 horas, dejando la distribución del tiempo restante a disposición del empleado.

Para el control de el tiempo y las jornadas desarrolladas, todos los empleados tienen acceso a una aplicación de gestión de tiempos denominada **Ocean**, implantada en todas nuestras sedes (nacionales e internacionales), donde se hace el contaje del tiempo efectivo trabajado y tiempo disponible. Este sistema nos permite también realizar solicitudes de vacaciones, licencias retribuidas y otros permisos a los responsables directos.

Por otro lado, se estableció, tras la entrada en vigor del Real Decreto-Ley 8/2019, de 8 de marzo, sobre el registro obligatorio del tiempo efectivo de trabajo, una **Guía de Registro de Jornada**, que se entrega a cada empleado recién incorporado. Esta guía permite homogeneizar criterios y asegurar el cumplimiento de la norma de obligada aplicación.

El Grupo Zamora Company está desde hace tiempo sensibilizado con las políticas de conciliación de la vida familiar y personal. Para ello se han ido introduciendo una serie de medidas a lo largo de los últimos años y se sigue trabajando para que la flexibilidad oriente las acciones, con transparencia y rigor. La Confianza y el Compromiso son las bases que han permitido la construcción y el desarrollo de estas medidas, pero la reciente aprobación de un marco regulador más estricto y fiscalizador, ha hecho necesario concretar pautas que orienten a todos en el cumplimiento corresponsable.

### 3.3. Salud y seguridad laboral

#### - Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

El Grupo es consciente de sus obligaciones y de la necesidad de llevar a cabo una política activa en Prevención de Riesgos Laborales. Con este fin, se adoptan las medidas necesarias para la eliminación de los factores de riesgos y accidentes a través de la implantación, en todos los ámbitos, de políticas de prevención reales y adaptadas en todos los casos a la legislación vigente.

El Grupo mantiene como líneas de trabajo clave:

- Identificar, evaluar y controlar los riesgos relativos a la seguridad y la salud de los trabajadores.

- o Reducir la tasa de accidentes laborales.
- o Mejorar las operaciones.

Se procede a indicar, de manera no exhaustiva, las actividades realizadas a nivel nacional:

- o Formalización de contratos de prevención en las cuatro especialidades (Seguridad, Higiene Industrial, Ergonomía y Psicología aplicada, y Vigilancia de la Salud).
- o Evaluaciones iniciales y periódicas de riesgos, incluidos los estudios que se estimen necesarios en cada caso (condiciones medioambientales y ruido, entre otros).
- o Gestión y resolución de las acciones correctivas recogidas en la evaluación, cumpliendo con la planificación preventiva.
- o Memoria anual de actividades realizadas.
- o Investigación de accidentes de trabajo y gestiones derivadas.

En cuanto a la organización preventiva, el Grupo Zamora Company, a cierre de 2020, mantiene formalizado concierto con dos **Servicios de Prevención de Riesgos Laborales** que abarcan la totalidad de las sociedades en España:

Empresa	Partners
Diego Zamora	Quirón
DZ Licores	
Mercado del Puerto	
Zamora Company España	
Zamora International	
Innovations Zamora	
Zamora Retail	
Zamora Company Global	
Ramón Bilbao Vinos y Viñedos	Cualtis
Ramón Bilbao	
Mar de Frades	
Cruz de Alba	



Existe **Comité de Seguridad y Salud** en la sociedad Bodegas Ramón Bilbao S.A. en su centro de La Rioja, tanto en 2019 como en 2020, conformado por 3 Delegados de Prevención y 3 Representantes de los Trabajadores.

Igualmente, en DZ Licores, S.L., en su centro de Dicastillo (Navarra), existe representación legal de los trabajadores con las consiguientes funciones en Seguridad y Salud asignadas conforme a la normativa vigente.

En todo momento se considera la situación de los empleados para, en el caso de que se valore oportuno, proceder a realizar adaptaciones o reubicaciones en el caso de trabajadores especialmente sensibles y mujeres en estado de gestación.

En el ámbito de la seguridad y la salud hay que destacar en 2020 las **medidas excepcionales COVID** tomadas a consecuencia de la situación de pandemia. La compañía ha ido revisando y actualizando estas medidas en función de la situación sanitaria en cada momento.

Se realizaron pruebas con motivo de cualquier incorporación a los centros de trabajo, para personal fijo y eventual, en los reconocimientos médicos realizados y en cualquier situación considerada de riesgo. Se realizaron más de 700 test COVID y se emitieron de manera constante informaciones específicas al respecto de las medidas de seguridad a tener en consideración.

En cuanto a la coordinación de actividades con otras empresas en las instalaciones de Zamora Company, se estableció la prohibición de recibir visitas externas, salvo aquellas estrictamente imprescindibles y con la autorización del responsable directo, llevándose un registro detallado para garantizar la trazabilidad de todos los contactos, tanto internos como externos. Para facilitar esta trazabilidad se formalizaron Grupos Burbuja por área/función y turnos de asistencia a los centros de trabajo.

Se limitaron al máximo las reuniones presenciales, incluso estando en el mismo centro de trabajo, sustituyéndose por reuniones telemáticas. Asimismo, se recuerda insistentemente la importancia del uso de mascarilla en todo momento y de mantener la distancia de seguridad.

Por otra parte, los empleados no realizarán viajes salvo que resulten imprescindibles, con la aprobación del responsable directo y el conocimiento del HR Business Partner.

Como parte de las medidas de seguridad y salud, se ha prohibido la recepción de cualquier tipo de paquetería/mensajería personal en cualquier centro de trabajo.

En cuanto al equipo comercial, debido a la naturaleza de sus responsabilidades, se han diseñado medidas específicas para garantizar su actividad con el mínimo riesgo, tanto para ellos mismos como para todos los posibles clientes,

tales como la elaboración de un diario de contactos visitados con el fin de disponer de trazabilidad ante un posible contagio, y la incorporación de un protocolo específico para limpieza de vehículos.

Asimismo, se desplegó un sistema para la comunicación interna y el protocolo de actuación ante la detección de un caso. Se implantó el **Espacio COVID** en el **Portal de Comunicación** corporativo a través del cual se emiten comunicados y formaciones periódicas de manera constante desde el inicio de la pandemia.

- **Absentismo:**

A continuación, se muestran los indicadores de absentismo de Zamora Company, comparativamente con la media del sector y detallando el procedimiento de cálculo.

Los indicadores de Zamora Company han estado por debajo de la media en ambos ejercicios, siendo los del sector de 2,93 y 3,48 en 2019 y 2020, respectivamente.

Año 2020

Tasa de Absentismo	<b>1,47</b>	3,48	$TA = \frac{\text{Jornadas perdidas en periodo}}{\text{Trabajadores} \cdot \text{Días en periodo}} \times 100$ <p>Porcentaje de jornadas perdidas por IT sobre las previstas en el periodo.</p> <p>Jornadas perdidas periodo: 2.408 Trabajadores: 446 Días en periodo: 366</p>
--------------------	-------------	------	--

Año 2019

Tasa de Absentismo	<b>1,77</b>	2,93	$TA = \frac{\text{Jornadas perdidas en periodo}}{\text{Trabajadores} \cdot \text{Días en periodo}} \times 100$ <p>Porcentaje de jornadas perdidas por IT sobre las previstas en el periodo.</p> <p>Jornadas perdidas periodo: 2.640 Trabajadores: 409 Días en periodo: 365</p>
--------------------	-------------	------	--

Para las sociedades internacionales, la normativa en materia de seguridad y salud no es igual que en España, por lo que no se dispone de la información de la misma manera. Para las tres entidades americanas, The Zamora Americas, Inc USA, Zamora Company USA, LLC y Yelow Rose Distilling, LLC USA, la tasa de absentismo se reporta en horas y no en días como en el caso de las sociedades nacionales, habiéndose calculado un dato para 2020 de **0,38**.

- **Indicadores de accidentabilidad y enfermedades profesionales:**

Año 2020

Año 2019

Condiciones de Salud y Seguridad en el trabajo		
TABLA 4 - 2020 : Datos informes Sinistralidad 2020		
Nº accidentes	8,00	6 Hombres / 2 Mujeres
Nº enf profesionales	0,00	
	MEDIA ZCOMPANY	SECTOR
Índice de Frecuencia	7,67	11,52
Índice de Incidencia	13,46	20,73
Índice de Gravedad	0,21	0,38
Duración Media	27,67	30,72

Condiciones de salud y seguridad en el trabajo		
TABLA 4 - 2019 : Datos informes Sinistralidad 2019		
Nº accidentes	13,00	9 Hombres / 4 Mujeres
Nº enf profesionales	0,00	
	MEDIA ZCOMPANY	SECTOR
Índice de Frecuencia	18,16	15,84
Índice de Incidencia	31,78	28,42
Índice de Gravedad	0,32	0,49
Duración Media	17,38	3,74

### 3.4. Relaciones sociales

En 2020, los empleados del Grupo Zamora Company en España estuvieron cubiertos bajo un total de **14 convenios colectivos**, cuyo alcance incluye al **98%** de la plantilla.

En 2019, el número de convenios fue de 13, con un alcance de plantilla similar.

Adicionalmente, se consideran todas las normas que resulten aplicables en función de las Leyes de índole laboral en cada uno de los países donde opera la compañía.

Conforme a la normativa nacional vigente, el dialogo social, que permite informar, consultar y negociar con el personal, se lleva a cabo a través de la representación sindical. Ésta está presente en las sociedades Bodegas Ramón Bilbao, S.A. en La Rioja y en DZ Licores, S.L., en su centro de Dicastillo (Navarra).

Asimismo, en el Grupo se dispone del ya mencionado canal de comunicación interno, el **Portal de Comunicación**, donde se realizan más de 200 comunicaciones anuales a los empleados, sirviendo de canal de transmisión de toda la información relevante.

A nivel más general, todo el personal, a todos los niveles, colabora para mantener un clima de respeto frente a diferencias personales y se trabaja para

dar en todo momento un trato justo a las demás personas que trabajan en el Grupo.

El Grupo cuenta con el **Código ético** de aplicación a los siguientes **Grupos de interés**, sean físicos o jurídicos:

- o Accionistas y socios.
- o Consejos de Administración.
- o Directivos del grupo.
- o Empleados del grupo.
- o Estudiantes en prácticas y becarios.
- o Clientes, proveedores y otros grupos de interés siempre que Zamora Company tenga capacidad para hacerlo efectivo.

Este Código de Conducta recoge básicamente las pautas de relación con estos grupos de interés, reflejando los siguientes principios generales y pautas de comportamiento:

- o Respeto a los derechos de las personas.
- o Respeto a la igualdad.
- o Respeto al Medio Ambiente.
- o Compromiso con la Salud Alimentaria.
- o Uso y Protección de Activos.
- o Lealtad a la Empresa y Conflicto de Intereses.
- o Integridad.
- o Consumo responsable de alcohol.
- o Relaciones con trabajadores, clientes, proveedores, empresas colaboradoras y accionistas.

Asimismo, los empleados del Grupo se comprometen a llevar a cabo los negocios de manera justa, imparcial, de una manera ética y apropiada, en pleno cumplimiento de todas las leyes y regulaciones aplicables, y en consonancia con los valores del Grupo. La integridad es la base de todas las relaciones de la compañía, incluyendo la relación social con los clientes, proveedores y comunidades, y entre los empleados.

---

### 3.5. Formación

---

La política de formación de Zamora Company consiste en dar la oportunidad a la totalidad de sus empleados, de desarrollarse profesional y personalmente,

permitiendo, tanto el crecimiento de la Compañía como el del propio empleado. La combinación de ambos progresos permitirá el desarrollo de las políticas, estrategias y valores de la empresa.

Durante el ejercicio 2020 se ha consolidado el modelo de **formación online**. Asociado al teletrabajo propiciado por la situación de pandemia, se ha terminado de implantar esta modalidad formativa: el 54,34% de las formaciones realizadas se han impartido de manera online.

Los objetivos formativos principales van asociados a los objetivos estratégicos del negocio, considerando que el desarrollo de los empleados es clave para la mejora de la competitividad empresarial.

Los objetivos específicos se elaboran con las opiniones, sugerencias y valoraciones de los responsables de equipo sobre sus propios equipos. Para esta fase de elaboración se dispone de un cuestionario estandarizado que recoge los aspectos fundamentales para la detección de las necesidades formativas por parte de los responsables. La implicación de éstos en la cumplimentación del cuestionario es clave para garantizar la correcta identificación de las necesidades formativas de sus equipos y, en consecuencia, el ajuste del Plan de Formación a las necesidades del negocio.

Entre los objetivos del ejercicio 2020, por áreas, destacan los siguientes:

ÁREAS	SUB-AREAS				
<b>MARKETING</b>	Inicial / Básica	Digital			
<b>PRL</b>	Inicial/General y Específica	Plan de Emergencia	Otros profesionales (carretileros, instalaciones frigoríficas, Legionela ...)		
<b>SUPPLY CHAIN</b>	Logística	Compras	Planificación		
<b>RRHH</b>	Selección General	Formación	Gestión Talento	Laboral	Herramientas
<b>LEGAL</b>	Protección Datos	PRP	Seguridad Datos / Información	Compliance	Mercantil
<b>FINANCIERO</b>	Gestión de Gastos Impuestos	Gestión Vehículos Gestión de cobros (crédito, impagados ....)	Contabilidad	Análisis Financiero	Tesorería
<b>INFORMÁTICA</b>	Ofimática	Aplicaciones y Dispositivos	CRM		
<b>IDIOMAS</b>	Inglés	Francés	Alemán	Español	Otros



ÁREAS	SUB-AREAS				
<b>CALIDAD</b>	Higiene Alimentaria	(Formación requerida para los responsables)	(Formación requerida para nuestros empleados)	Medio Ambiente	
<b>PRODUCCIÓN/ELABORACIÓN</b>	Equipos	Procesos			
<b>HABILIDADES</b>	Comunicación	Competencia	Liderazgo y Gestión de Equipos	Trabajo en Equipo	Gestión del Tiempo
	Negociación	Orientación al cliente	Gestión del Cambio	Coaching	Técnicas de Ventas
<b>CORPORATIVO</b>	Cultura	Valores	Historia	Proyectos	Estandares (imagen .....)

En cuanto a las materias/competencias técnicas de las formaciones que se han llevado a cabo, se destaca que, durante el 2020, las formaciones en Prevención de Riesgos Laborales han sido las más impartidas. Como ya se ha mencionado anteriormente en el punto relativo a Seguridad y Salud, debido a la situación de pandemia, todos los empleados han sido formados en conocimientos y protocolos relacionados con esta materia.

Calidad y Producción han sido otras de las materias destacables en las que los empleados han sido formados a lo largo del 2020, tal y como se contemplaba en los objetivos del Plan de Calidad del Grupo.

A continuación, se muestran los indicadores de acciones formativas por materias desarrolladas en 2020:

MATERIA	Nº AF
TÉCNICA/HABILIDADES	41
PRL	64
ADMINISTRACIÓN	19
LEGAL	17
CALIDAD	17
PRODUCCIÓN	7
RRHH	8
MARKETING	21

MATERIA	Nº AF
INFORMÁTICA	9
FINANCIERO	2
IDIOMAS	9
SUPPLY CHAIN	7
COMERCIAL	1

Del total planificado y dada la situación excepcional vivida durante 2020, se pudo impartir el 59,49% de lo previsto, lo cual supuso un total de **5.576 horas impartidas**. En 2019, este indicador fue de 9.709,5 horas.

Los datos obtenidos durante el ejercicio formativo 2020, se alejan de los objetivos establecidos a principio de año. Sin embargo, a pesar de haberse llevado a cabo menos formaciones, todas las realizadas han tenido un elevado número de participantes, como se aprecia en los siguientes indicadores:

	2019	2020
HORAS	9.709,5	5.576
PARTICIPANTES	773	745
Nº ACCIONES FORMATIVAS (AF)	354	222

El indicador de horas de formación por empleado en 2020 ha resultado de 11 horas/empleado, frente al dato de 2019 que resultó ser 20,19 horas/empleado.

Un 91% de las horas impartidas en 2020 correspondieron a formación externa.

El 9% restante, al que habría que añadir acciones puntuales no contabilizadas en el plan de formación, corresponden a formación interna, la cual se vio muy intensificada a raíz de la pandemia. Internamente, se imparten a todos los empleados del área de Producción, formaciones específicas de Seguridad Alimentaria y Calidad. Éstas son impartidas por nuestros técnicos de calidad, así como por responsables de procesos. El objetivo de todas ellas radica en repasar las normas de higiene, concienciar al personal sobre el medio ambiente y los riesgos en nuestras instalaciones, así como tratar casos prácticos de *Food Defense*.

Hay que tener en cuenta también, que las sociedades internacionales, como es el caso de las entidades americanas, tienen una cultura de trabajo diferente y no contabilizan ni reportan acciones formativas de la misma manera formalizada que se hace en las sociedades nacionales.

De las horas totales en 2020, el 68,43% correspondió a mujeres y el 31,57% restante a hombres. En cuanto a empleados participantes en las acciones formativas en 2020, 484 fueron hombres frente a 261 mujeres.

A continuación, se muestran los indicadores de formación por categoría profesional correspondientes a 2020:

Indicadores de formación	Directivos	Intermedios	Staff
Horas totales impartidas	279	1.997	3.300
Horas de formación por empleado en cada categoría	0,48	3	0,24

\* En el ejercicio anterior correspondiente al año 2019 no se reportó esta información desglosada, por lo que no se dispone de los datos y no puede efectuarse comparativa. La compañía está ya trabajando para mantener un sistema interno de recogida de resultados que permita, de ahora en adelante en sucesivos ejercicios de reporte, ver la evolución en todos sus indicadores.

### 3.6. Accesibilidad universal

La accesibilidad universal hace referencia a que todos los entornos, bienes, productos y servicios deben poder ser utilizados por todas las personas de forma autónoma, segura y eficiente, garantizando que la persona discapacitada no deberá interrumpir sus actividades por problemas de accesibilidad.

El concepto de accesibilidad universal ha ido evolucionando y cobrando mayor relevancia en los últimos años, y atañe tanto a entornos físicos como digitales.

En el caso de Zamora Company, afecta tanto desde la perspectiva de los empleados, como de los clientes y visitantes que reciben los distintos centros de la compañía.

Como principio general, se parte de la premisa de "incluir a toda persona trabajadora, sea cual sea su condición, no partiendo de la consideración de que todas las personas son iguales, sino de que todas son distintas".

Para ello, en cuanto a los empleados, se hace una prevención de riesgos laborales inclusiva, que apoya y facilita a las personas con discapacidad a integrarse en un lugar de trabajo, respondiendo a sus necesidades.

Por tanto, la garantía de protección de este colectivo parte del mismo esquema que del resto de personas empleadas, es decir, de la evaluación de riesgos específicos y adopción, en su caso, de medidas necesarias para evitar la exposición al riesgo laboral. Se parte del conocimiento sobre cuáles son las dificultades a las que el trabajador/a con discapacidad debe enfrentarse en el desarrollo de las tareas que comporta su puesto de trabajo. Además, es un proceso individualizado, desde el conocimiento de cuál es el tipo de discapacidad (física, psíquica, sensorial o derivada de enfermedad mental) y su grado.

Además de lo que atañe a sus propios empleados, el Grupo Zamora Company es consciente de la relevancia de este aspecto y de la normativa de obligado cumplimiento en materia de Accesibilidad.

La Accesibilidad universal ha sido un tema considerado en los nuevos proyectos, así como en todas las instalaciones donde la compañía cumple con todos los requerimientos normativos para la recepción de visitantes y para ofrecer un **enoturismo accesible** que garantice la inclusión.

### 3.7. Igualdad y gestión de la diversidad

El Grupo Zamora Company apuesta por un equipo humano diverso e inclusivo, en el que pueden convivir diferentes culturas, generaciones, perfiles y habilidades.

Para impulsar la diversidad, fomentamos la **igualdad de oportunidades** prohibiendo de forma expresa, en nuestro **Código Ético**, cualquier causa de discriminación, respetando en todo momento la legislación aplicable e impulsando las mejores prácticas en gestión de personas para avanzar y contribuir a equipos que sumen talento aportando diferentes habilidades y competencias, y siendo capaces de dar respuesta a sus demandas y necesidades específicas.

En dicho Código se recogen explícitamente los principios de:

- o Respeto a los derechos de las personas.
- o Respeto a la igualdad.

Zamora Company dispone también de **protocolos específicos contra la discriminación y acoso sexual**, para fomentar la integración y asegurar el respeto a la diversidad. No se tolera el acoso en el trabajo, ya sea el acoso moral (*mobbing*), como el acoso sexual, ya sea físico o verbal, y por ningún medio.

El detalle de estas medidas, así como el procedimiento a seguir para la denuncia de cualquier tipo de acoso, se recoge en un capítulo posterior de este informe dedicado a los **Derechos Humanos**, concretamente en el punto 4.3. **Eliminación de la discriminación en el empleo.**

El Grupo fomenta valores que apoyan la diversidad de culturas, puntos de vista y experiencias de vida. Se encuentra comprometido con promover un ambiente de trabajo en el que todos los trabajadores se sientan pertenecientes a la misma misión y donde se traten con respeto y se valoren sus opiniones. El Grupo es consciente de que estas medidas favorecen el diálogo social y laboral, y genera ideas que ayuden a impulsar la innovación y la excelencia operativa.

A continuación, se facilitan resultados de indicadores de igualdad y diversidad. Como ya se ha comentado anteriormente, el ejercicio 2020 ha sido un año excepcional y, también en cuanto a datos de empleo, se ha visto condicionado por la situación generada a consecuencia de la pandemia.

#### - Igualdad de género:

En 2020, en nuestra plantilla contamos con un colectivo de 170 mujeres, lo cual representa un 34,7% del total de empleados. En el año anterior, este porcentaje se situaba en el 38,5%.

El Comité de Dirección cuenta con representación de una mujer, tanto en 2019 como en 2020.

En 2020, el 16% % de los puestos directivos (banda A y B) son ocupados por mujeres. En 2019 esta cifra fue del 20%.

En cuanto a puestos intermedios, el porcentaje de mujeres alcanza en 2020 el 38%. En 2019 fue del 43%.

Como ya se ha indicado en puntos anteriores, Zamora Company promueve diferentes medidas que facilitan la conciliación y la igualdad de oportunidades entre hombre y mujeres.

La compañía se encuentra en proceso de desarrollo de su Plan de Igualdad conforme a los nuevos requerimientos legales; los resultados de este trabajo verán la luz próximamente y permitirán al Grupo avanzar en las políticas de igualdad.

Tras los permisos de maternidad y paternidad concedidos en 2019 y 2020, el 100% de los empleados se reincorporaron a sus puestos de trabajo.

- **Diversidad funcional:**

Contamos en 2020 con un 1,43% de empleados con algún tipo de discapacidad, frente a un 1,25% en el periodo 2019.

- **Diversidad cultural:**

En 2020, nuestro Grupo acoge 19 nacionalidades, destacando un 78% de españoles, un 9% estadounidenses y un 4% italianos. El resto corresponde a datos muy atomizados y no hay variaciones significativas respecto al periodo anterior.

- **Diversidad generacional:**

Anteriormente se han facilitado diversos datos de empleo por rangos de edad, en los que queda reflejado que, en nuestra plantilla, conviven diferentes generaciones a las que hay que atender según sus demandas y necesidades.

El porcentaje más elevado, un 66% de nuestros empleados, se encuentran en la franja de edad entre los 30 y los 50 años. Un 21 % por encima de los 50 años, y el menor porcentaje, un 19%, corresponde al rango por debajo de los 30 años.

En Zamora Company estamos convencidos de que la diversidad generacional aporta capacidades y competencias diferentes y complementarias, que se traducen en un mejor enfoque a la hora de innovar y desarrollar nuevos proyectos, creando equipos integrados y sumando talento para superar retos y alcanzar los mejores resultados.

## 4. RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS

### 4.1. Diligencia debida en materia de derechos humanos

En Zamora Company, como **empresa consciente**, consideramos que el respeto y la defensa de los derechos humanos es parte de nuestra responsabilidad corporativa.

Respetamos y apoyamos firmemente los Derechos Humanos tal como se definen en las normas internacionales, como la Declaración Universal de Derechos Humanos de Naciones Unidas y los principios fundamentales publicados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Para cumplir con nuestra responsabilidad en este ámbito disponemos de un conjunto de herramientas y protocolos de actuación en materia de Derechos Humanos que atienden a las siguientes áreas de riesgo:

- o **La explotación infantil y el trabajo forzoso**

Zamora Company y todas sus sociedades (en adelante, el Grupo) cumplen estrictamente la legalidad vigente en todos los países en los que opera, respetando los derechos humanos y rechazando cualquier tipo de trabajo infantil, forzoso u obligado. No se tolera el uso o la amenaza de violencia ni ninguna otra forma de coerción.

- o **Libertad sindical y negociación colectiva**

El Grupo apoya la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva de acuerdo con las leyes locales.

- o **Discriminación:**

En contra de la discriminación y promoviendo la promoción de la igualdad de oportunidades, el Grupo apoya la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación, erradicando cualquier indicio de desigualdad por raza, género, religión, opiniones políticas, edad, constitución física, orientación sexual, apariencia u otras características personales.

- o **Condiciones de trabajo seguras:**

La creación de condiciones de trabajo seguras nos compromete a garantizar que se tomen las medidas de seguridad necesarias. La salud y seguridad de los trabajadores y de las personas que visitan nuestros centros de trabajo es un eje de trabajo prioritario, y conforme a ello se ha actuado ante la situación provocada por la COVID 19 aprobándose medidas excepcionales.

Es de destacar la creación de un equipo multidisciplinar que ha seguido puntualmente la evolución de los acontecimientos y su impacto en las operaciones de la empresa; desde las diferentes áreas se han llevado a cabo protocolos y políticas alineadas con las recomendaciones sanitarias y administrativas de organismos públicos. Como consecuencia, y entre otras cuestiones, se han establecido turnos de trabajo flexibles en plantas de producción y teletrabajo en oficinas.

Este punto ha sido tratado de manera específica en capítulo anterior relativo a Prácticas laborales, Seguridad y Salud.

o **Respeto a la privacidad de las personas:**

Protegiendo los datos personales respetamos la privacidad de cada persona. Somos responsables de los datos personales de nuestros empleados, clientes y colaboradores. La compañía dispone en este sentido de un documento específico que recoge la **Política y directrices generales de seguridad y uso de los sistemas de información**, para garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información, así como minimizar los riesgos de pérdida o uso indebido de la información.

Este aspecto ha cobrado especial relevancia en 2020 como consecuencia de la situación de pandemia. Dentro de las **medidas de compliance en el área de Transformación Digital** se incluye control inventario de activos informáticos que los empleados se han llevado a sus domicilios para teletrabajo, así como el inventario de los que utilizan sus propios dispositivos.

En colaboración con el Área de Transformación Digital, se han propuesto medidas para evitar utilizar aplicaciones y soluciones de teletrabajo que no ofrezcan garantías y que puedan dar lugar a la exposición de los datos personales del personal, interesados y servicios corporativos de la organización. Tenemos para ello todas las soluciones de Google y se ha impartido formación al staff para el uso adecuado de los mismos. Se ha restringido el acceso a la información, habiendo también restricciones de acceso adicionales en función del tipo de dispositivo y la ubicación desde donde se accede.

Se ha aprobado un **protocolo de gestión de certificados digitales**, para la supervisión del correcto acceso y uso a dichos certificados digitales.

Por otra parte, comprobado que el riesgo más alto en torno a la protección de datos personales radicaba en el área de Marketing, se adaptó la herramienta de *Salesforce* añadiéndole una consola nueva de GDPR; a partir de ahí, todas las comunicaciones comerciales de leads y clientes quedan registradas para poder resolver lo relacionado con el ejercicio de derechos de protección de datos de los interesados.

No ha habido denuncias a la AEPD ni incidencias de seguridad, y se ha impartido formación inicial a todos los empleados y comunicados periódicos en materia de ciberseguridad, en una línea acorde a lo publicado en Instituto Nacional de Ciberseguridad español, alineados con las tendencias y prioridades que ahí se recogen.

o **Medio Ambiente:**

Teniendo en cuenta la influencia en nuestro entorno, también forma parte de nuestra responsabilidad conjunta, el proteger la naturaleza como base de la vida, de preservar los recursos y de reducir nuestro impacto en el medio ambiente. Es nuestro deber mutuo proteger los recursos para las generaciones futuras.

El Grupo mantiene un enfoque preventivo para cuidar y proteger el medio ambiente. Asimismo, lleva a cabo iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental, así como la promoción del desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medioambiente.

Este aspecto se trata de manera específica en capítulo anterior de este informe dedicado a cuestiones medioambientales y al compromiso de la compañía con el entorno.

o **Corrupción y soborno:**

El Grupo trabaja con medidas que evitan la corrupción y la castiga en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el chantaje o soborno. Este aspecto se trata de manera específica en un capítulo posterior de este informe.

o **Prácticas comerciales:**

Zamora Company vela porque toda práctica comercial dentro del Grupo cumpla con las premisas básicas de ser ética, lícita, no abusiva y sin manipulación del mercado mediante prácticas de dudosa legalidad

o mediante la asociación con otros competidores para crear situaciones de oligopolio.

o **Publicidad ética:**

Zamora Company reconoce su especial responsabilidad social en la publicidad debido al alcohol presente en los productos que comercializa. En este sentido, presta especial atención a cumplir con los siguientes parámetros en el desarrollo de la publicidad, las promociones o los lanzamientos de productos:

- No buscará llegar a consumidores menores de edad.
- No expondrá a los niños a la publicidad sobre el alcohol.
- No denigrará los productos de la competencia.
- No estimulará un consumo irresponsable ni alentará un consumo excesivo de alcohol.
- Promoverá un consumo correcto y responsable de las bebidas alcohólicas.
- No sugerirá comportamientos socialmente peligrosos o de violencia psicofísica producto con la resolución.
- No relacionará las características del de problemas físicos o existenciales.
- Mantendrá un compromiso con los proveedores.

o **Nuestra cadena de suministro:**

Asumiendo la responsabilidad en nuestra cadena de suministro, esperamos que nuestros proveedores y socios comerciales se comprometan con los estándares éticos de conducta en el negocio diario, hacia los empleados, la sociedad y el medio ambiente, incluyendo todas las áreas anteriormente descritas en relación con el respeto de los derechos humanos.

Los proveedores del Grupo deberán respetar el cumplimiento de los Derechos Humanos internacionalmente reconocidos y asegurarse de no defraudar ni incurrir en abusos de estos derechos dentro de sus operaciones de negocio.

Se aporta más información sobre esta cuestión en un capítulo posterior de este informe.

Todos los aspectos anteriores se recogen en el **Código Ético y de Conducta de Zamora Company**, aprobado por el Consejo de Administración, que regula los principios que deben de regir la conducta personal y profesional de todos los

sujetos a los que es de aplicación, independientemente del cargo o función que ocupen.

En el '**Registro de entrega de documentación**' se incluye la firma individual de cada trabajador por la que declara haber leído y comprendido el Código Ético y de Conducta, donde acepta su contenido y asume las obligaciones que en ellas se contienen.

Este código está siempre accesible para su consulta por el personal a través de las herramientas internas de comunicación disponibles, concretamente a través de la Intranet corporativa en un espacio creado ad hoc denominado "**Distrito Ético**", al que tienen acceso la totalidad de los empleados del Grupo.

Disponemos asimismo de un **Canal de denuncias**, gestionado por una empresa externa a fin de evitar posibles conflictos de intereses, para que los incumplimientos del programa de cumplimiento y otras conductas poco éticas o ilícitas, incluyendo vulneraciones a los Derechos Humanos de empleados o terceros, se pongan en conocimiento de las personas que corresponda.

A lo largo de 2019 y 2020 la compañía no ha recibido a través de los canales habituales previstos a tal efecto ninguna denuncia en materia de Derechos Humanos.

Como iniciativa externa, Zamora Company se encuentra en proceso de adhesión a la Red Española de **Global Compact**, integrando así en nuestra estrategia los marcos de referencia internacionales de Naciones Unidas y asumiendo el compromiso de cumplir los **Diez Principios** universales para promover la responsabilidad social empresarial, basados en los derechos humanos, laborales, ambientales y de lucha contra la corrupción.

A nivel de promoción interna del compromiso de Zamora Company con los Derechos Humanos, se mantiene una formación y sensibilización continua en materia de *compliance* dentro del Grupo, a través de los mecanismos internos implantados para la comunicación y con la creación del mencionado espacio específico "Distrito Ético".

En particular, en el mes de diciembre de 2020 y con motivo del décimo aniversario de los derechos humanos, se difundió a través de este canal un comunicado con ilustraciones gráficas explicando con un lenguaje claro y asumible, en qué consisten estos derechos y por qué es importante para una empresa respetarlos y protegerlos.

Por otra parte, al empleado/a que se incorpora a la compañía se le proporciona una formación inicial, en la que se resaltan de manera específica los principios asumidos a través del Código Ético.

El objetivo del Grupo es reforzar la sensibilización en todos los aspectos relacionados con la gestión ética, ampliando la formación y aprobando nuevos canales de difusión.

## 4.2. Promoción y cumplimiento de los convenios de la OIT

Como se ha indicado anteriormente, el compromiso al que se ha acogido Zamora Company con los Derechos Humanos, aplicable a todas las actividades y negocios del Grupo, incluye el respeto y apoyo a los derechos humanos tal como se definen en los principios fundamentales publicados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

De manera explícita, se manifiesta respetar la libertad sindical y reconocer el derecho a la negociación colectiva. Los empleados pueden unirse a sindicatos, buscar representación y participar en la negociación colectiva de acuerdo con las leyes locales.

En capítulo anterior de este informe, correspondiente a Cuestiones sociales y relativas al personal, se ha proporcionado información sobre los convenios existentes en el Grupo en España, actualmente un total de **14 convenios** que cubren a un **98% de la plantilla**.

## 4.3. Eliminación de la discriminación en el empleo

Como ya se ha explicado anteriormente, la política de compromiso de Zamora Company con los Derechos Humanos, aplicable a todas las actividades y negocios del Grupo, incluye el rechazo explícito a cualquier forma de discriminación y promueve la diversidad en todas sus formas.

Igualmente, así lo recoge nuestro Código de Conducta de manera explícita, reconociendo la No discriminación y la igualdad de oportunidades como uno de los principios básicos de actuación por parte de los profesionales del Grupo.

Para la vigilancia interna de este aspecto, los empleados tienen a su disposición el ya mencionado **Canal de Denuncias** gestionado externamente, sin que se haya registrado ninguna vulneración al respecto.

En punto anterior de este informe, relativo a la Igualdad y la Gestión de la diversidad, ya se han aportado datos relativos a los diversos colectivos que componen la plantilla y cómo se tienen en consideración sus necesidades.

Se dispone de una **Política de igualdad** en materia de personal y de un **Handbook de empleado** en USA, donde se recogen las obligaciones respecto a estos derechos.

A través de dichas políticas, Zamora Company se compromete a remunerar a sus empleados de manera digna, en correspondencia con sus habilidades y conocimientos. Se compromete asimismo a evitar cualquier tipo de discriminación, otorgando la misma remuneración para trabajos de igual valor.

Se considera fundamental el cumplimiento de la legislación laboral en todos los lugares en donde opera la compañía facilitándose asimismo la flexibilidad horaria como política de trabajo.

Por otra parte, la compañía se encuentra en proceso de desarrollo de su [Plan de Igualdad](#) conforme a los nuevos requerimientos legales e incluyendo todas aquellas medidas necesarias para su adecuada implementación en los próximos meses.

Existe una [Política de teletrabajo](#) que regula los derechos de flexibilidad. Se ofrecen los mismos servicios para el cuidado de hijos a padres y madres, y se disponen de permisos parentales para interrumpir y, posteriormente, reincorporación con opciones de trabajo flexible.

Con motivo de la situación excepcional provocada por la pandemia, se creó adicionalmente un equipo multidisciplinar que ha seguido puntualmente la evolución de los acontecimientos y su impacto en las operaciones de la empresa, y desde las diferentes áreas se han llevado a cabo protocolos y políticas alineadas con las recomendaciones sanitarias y administrativas de organismos públicos. Como consecuencia, y entre otras cuestiones, se han establecido turnos de trabajo flexibles en plantas de producción y teletrabajo en oficinas.

Asimismo, el Grupo no tolera ningún tipo de discriminación o acoso en el trabajo y sanciona cualquier caso que se detecte, defendiendo que las actitudes de acoso suponen un ataque a la dignidad del individuo y un obstáculo para el buen funcionamiento de un entorno de trabajo en el que hombres y mujeres desarrollan la actividad laboral.

El acoso incluye cualquier tipo de comportamiento que interfiera con el rendimiento laboral de los empleados o que cree un ambiente de trabajo hostil u ofensivo. El empleado debe comunicar al departamento de Recursos Humanos cualquier tipo de acoso o cualquier situación que le pueda plantear duda sobre si es o no acoso.

Tanto el acoso moral (*mobbing*) como el acoso sexual, ya sea físico o verbal, y ya sea oral o por otros medios (correo electrónico, teléfono, etc.) es una forma de discriminación ilegal.

El compromiso del Grupo reside en trabajar en unos entornos laborales libres de acoso y discriminación ilícita y a garantizar que, si se produjeran, se procederá poniendo en marcha un proceso de investigación con las máximas garantías para todas las partes (confidencialidad, objetividad, contradicción y presunción de inocencia) y garantía de indemnidad al denunciante.

#### 4.4. Eliminación del trabajo forzoso y el trabajo infantil

En lo relativo a la eliminación del trabajo forzoso y abolición del trabajo infantil, no se identifican riesgos en relación con la plantilla del Grupo.

Todas las actividades se desarrollan con estricto cumplimiento de las regulaciones locales, regionales, nacionales e internacionales, por lo que queda garantizado el cumplimiento de los derechos humanos, así como la ausencia de cualquier riesgo de trabajo infantil o trabajo forzoso.

Cualquier riesgo relacionado con trabajo infantil y trabajo forzoso en la plantilla del Grupo queda por tanto descartado.

En relación con el compromiso adquirido para la eliminación del trabajo forzoso y trabajo infantil a lo largo de toda la cadena de valor, desde el Grupo se está trabajando para asegurar que todos los proveedores y socios comerciales se comprometan con estándares éticos de conducta en sus negocios diarios hacia los empleados y la sociedad.

El Grupo exige que en la cadena de suministro se implementen los procesos necesarios que sean adecuados para garantizar el cumplimiento de toda la normativa y compromisos adquiridos para asegurar el respeto a los derechos humanos, pudiendo establecerse medidas de control adicionales en caso de detectar riesgos conductuales.

De manera expresa, en su **Política de compras**, se exige a proveedores el compromiso de:

- Respetar el cumplimiento de los Derechos Humanos internacionalmente reconocidos y asegurarse de no defraudar ni incurrir en abusos de estos derechos dentro de sus operaciones de negocio.
- Eliminar toda forma de trabajo infantil.
- Erradicar cualquier tipo de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Como ya se ha indicado, en un capítulo posterior de este informe, correspondiente a información sobre subcontratación y proveedores, se aporta información complementaria sobre las políticas de relación y requisitos hacia la cadena de suministro.

## 5. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

### 5.1. Prevención de la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales

En Zamora Company, la ética es parte integral de la cultura y valores corporativos del Grupo.

Hemos adoptado un **Programa de prevención de delitos y lucha contra el fraude**, basado en una **política de prevención** y definiendo el modelo de organización, gestión y control en esta materia. Se han establecido medidas eficaces para evitar y mitigar cualquier actuación contraria a la legalidad o al código de conducta interno.

En el marco de las herramientas utilizadas para la prevención de delitos, el Grupo cuenta, principalmente, con las siguientes:

- **Código Ético.** Este código de conducta interno ha sido comentado en detalle en el apartado anterior de este informe, en lo relativo al respeto por los Derechos Humanos.
- **Manual de Prevención de Riesgos Penales:** detalla los principios de gestión y prevención de delitos en el seno de Zamora Company, así como la estructura y funcionamiento del **Comité de Riesgos Penales**.

En este Manual se definen las políticas y los procedimientos a seguir y los sistemas de control de los delitos tipificados en el Código Penal. El público objetivo del Manual son los empleados del Grupo y aquellos que actúen en nombre o por cuenta del mismo y en su provecho, así como sus representantes y administradores de hecho o de derecho, de acuerdo a lo previsto en el Código Penal.

- **Política General de Regalos:** Recoge las pautas que deben seguir los trabajadores al objeto de tomar las decisiones correctas al ofrecer o aceptar regalos, invitaciones o viajes cuando estén efectuando negocios en nombre de las empresas del Grupo.

De conformidad con esta Política, los empleados no están autorizados a percibir ningún tipo de remuneración o de financiación procedente de clientes o de proveedores, ni, en general, a aceptar cualquier clase de retribución o gratificación ajena por servicios derivados de su actividad. Resulta contraria a la ética profesional la aceptación por los empleados de cualquier clase de regalos, invitaciones, favores u otras compensaciones de clientes o proveedores salvo que se trate de atenciones de cortesía de valor simbólico.

La Política de regalos ayuda a los trabajadores a tomar las decisiones correctas al ofrecer o aceptar regalos, invitaciones o viajes cuando se encuentran efectuando negocios en nombre de las empresas del Grupo.

- **Protocolo de Gestión de Contratos Mercantiles:** Regula el procedimiento a seguir para la redacción, supervisión y firma de los contratos, e incluye el modelo de contrato con todas las cláusulas que debe contener, entre las que se encuentra la "cláusula anti-soborno".
- **Manual de Proveedores:** Se trata de un documento incorporado al Protocolo de Gestión de Contratos Mercantiles y recoge los criterios que deben seguirse en la contratación de suministros y servicios externos y en las relaciones con proveedores en general, incluidos los referidos a las áreas de sistemas y servicios informáticos, procedimiento que debe efectuarse a través de criterios de transparencia.
- **Política de Conflicto de Intereses:** Recoge los principios pertinentes para manejar las situaciones de conflicto de intereses.
- **Protocolo de Gestión de Subvenciones:** Recoge el procedimiento a seguir para solicitar, aceptar y gestionar las ayudas y subvenciones que reciben las sociedades de Zamora Company.
- **Política de Donaciones:** Regula tanto los criterios, procedimiento, responsabilidades y medidas de control que deben seguirse para cumplir con la legalidad cuando se realizan donaciones en el compromiso adquirido por Zamora Company.
- **Canal de Denuncias,** gestionado por empresa externa y descrito ya anteriormente en el capítulo sobre Derechos Humanos.

Como ya se ha mencionado, en 2020 la compañía no ha recibido ninguna denuncia en materia de corrupción a través de los canales habituales previstos a tal efecto.

- **Sistema Disciplinario.** Es de aplicación a todos los trabajadores de las empresas de Zamora Company y en él se establecen los mecanismos para sancionar la vulneración de la normativa, políticas y protocolos de actuación aprobados por la compañía en el marco de su Programa de Cumplimiento.

Este sistema disciplinario aprobado internamente no sustituye los regímenes disciplinarios previstos en los Convenios Colectivos y en el Estatuto de los Trabajadores en su caso, que son de aplicación a los distintos empleados del Grupo.

Asimismo, como medidas generales de prevención de corrupción en los negocios, en particular, y sin que se trate de un listado exhaustivo, el Grupo dispone de las siguientes:

- Se dispone de un sistema de **niveles de autorización de gastos** y un control y seguimiento del **presupuesto** de gastos asignado a los vendedores.

La Dirección fija una definición de criterios objetivos o de volumen de ventas para la consecución de incentivos por parte de vendedores y distribuidores, los cuales son ratificados al inicio de cada ejercicio y cuyo cálculo es revisado por el Departamento Financiero.

**En el año 2020 y como consecuencia de la crisis sanitaria, estos incentivos han sido revisados y actualizados para no aumentar el riesgo en materia de corrupción y sobornos.**

Se realiza un seguimiento de la actividad comercial realizada por los vendedores, por parte de los Directores Regionales y del Director Comercial, tarea que se verá ampliamente mejorada por el CRM en fase de implantación.

- En los procesos de **selección de personal**, existe un procedimiento operativo para llevar a cabo la contratación de un candidato, describiendo el proceso de reclutamiento, la identificación de candidatos, la selección de la posición vacante, la revisión de datos y aprobación en la aplicación y la contratación del candidato. Inmediatamente después de su incorporación se le da una formación de bienvenida con los principios, valores y controles fundamentales para la compañía.
- Los **empleados** de Zamora Company están obligados a evitar cualquier clase de interferencia o influencia de clientes, proveedores o terceros, que pueda alterar su imparcialidad y objetividad profesional. Esta obligación afecta de modo especial a aquellos que tienen que tomar decisiones sobre contratación de suministros y servicios y a los que deciden las condiciones económicas de las operaciones con clientes.
- Los empleados tienen prohibida la **realización de pagos** al contado en el transcurso de las relaciones comerciales o contractuales con clientes, proveedores o terceros. Es el Departamento Financiero el encargado de ejecutar el pago de facturas, no pudiendo otro departamento de disponer de efectivo.
- En cualquier tipo de **transacción comercial**, se informará siempre a los colaboradores, agentes, asociados, proveedores, administradores o socios de las sociedades participadas o terceras empresas con las que se

contrate por parte de Zamora Company, incluso a los aspirantes, sobre las consecuencias jurídicas de la corrupción entre particulares en dichas operaciones conforme a las normas y controles establecidos.

- Los empleados están expresamente obligados a **denunciar** a través de los cauces establecidos, cualquier indicio de delito de esta naturaleza del que puedan tener conocimiento en el ejercicio de sus responsabilidades laborales.
- Es igualmente obligatoria la asistencia a los **cursos de formación** que se impartan en la prevención de riesgos penales.
- A través de la mencionada herramienta de comunicación interna, bajo el nombre de "**Distrito Ético**", se facilita periódicamente a los empleados material didáctico ameno y fácilmente en torno a la cultura de cumplimiento.

La organización ha fomentado la comunicación y difusión de los valores corporativos a todos sus integrantes mediante jornadas formativas y a través de una plataforma disponible 24 horas al empleado con un sistema gráfico de *storytelling*.

Por último, se pide a los empleados que vigilen especialmente casos como los siguientes:

- Pagos en efectivo que puedan parecer inusuales teniendo en cuenta la naturaleza de la transacción, los pagos realizados mediante cheques al portador y los pagos realizados en monedas distintas a las indicadas en el pedido/contrato, o en la factura.
- Pagos realizados a terceros o por terceros que no se mencionen en el contrato o acuerdo.
- Pagos o adeudos en una cuenta que no es la habitual o cuando el destino de los fondos transferidos sea desconocido.
- Pagos a personas o entidades residentes en paraísos fiscales o en cuentas bancarias abiertas en oficinas bancarias situadas en paraísos fiscales.
- Pagos a entidades en las que, debido a su legislación, no es posible identificar a las partes o beneficiarios finales.
- Pagos extraordinarios no contemplados en los pedidos o contratos.
- Pagos emitidos mediante procedimientos de urgencia.

En enero de 2020 se llevó a cabo la formación de *compliance* en la fuerza de ventas en la convención anual de esta área, a la que asistieron 88 colaboradores. El contenido incluía una explicación de los riesgos de corrupción, revelación de secretos, delito contra la intimidad personal, riesgo de estafa y de delito contra la propiedad industrial, recordando asimismo las

herramientas de las que se dispone en la empresa para combatirlos, poniendo especial énfasis en la política de regalos y el código ético.

Durante el mes de noviembre de 2020 se procedió también a impartir formación en el tema de contratos, el protocolo a seguir para la firma, redacción, supervisión y respeto por todas las cláusulas que se incluyen en los mismos, utilizando para ello una plataforma gestionada desde el área Legal.

Asistieron las 12 personas que participan en la redacción y gestión de contratos. La formación fue grabada para estar a disposición de cualquier interesado.

Actualmente el Comité de Compliance está trabajando en el proyecto formativo del año 2021.

Asimismo, en todos aquellos casos en los que pudiera haber requerimientos legales locales adicionales, la compañía desarrolla los protocolos de respuesta específicos. Ejemplo de ello es la filial norteamericana donde se desarrolla la marca *Yellow Rose*, y en la que existen políticas y medidas específicas de control y mitigación del riesgo de comisión de este tipo de delitos.

Además de todo lo anteriormente mencionado, enfocado a la prevención de delitos y lucha contra el fraude, adquiere especial relevancia dentro de las prácticas de buen gobierno corporativo para empresas familiares no cotizadas, el órgano de gobierno de familia empresaria.

En Zamora Company existe un **Protocolo Familiar** que vela por preservar la cultura y los valores familiares y que regula las relaciones familia/empresa, como garantía de una adecuada gobernanza.

A través de todos estos mecanismos de prevención, se establece una **tolerancia cero ante sobornos, corrupción y blanqueo de capitales**, y se espera que tanto trabajadores, como proveedores y otras terceras partes involucradas en el desarrollo del negocio del Grupo, cumplan de manera ética.

## 5.2. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

El Grupo cuenta con una **Política de donaciones** con la que se pretende dar un paso más allá del mero desarrollo de la actividad y colaborar con los sectores más desfavorecidos del entorno.

Durante 2020, el objetivo de la acción social de Zamora Company se ha centrado en apoyar iniciativas de ayuda a la población que se ha visto más afectada por la crisis generada por la COVID-19. Para ello se han destinado más de 400.000 € en:

- Ayudas a familias en situación de vulnerabilidad:
  - Proyecto Respuesta Social COVID 19 (Cruz Roja)
  - Cáritas Parroquiales (Cáritas)
  - Proyecto Vía Inclusión (Fundación Tienda Asilo de San Pedro)
  - Emergencia Coronavirus en España (Cruz Roja)
  
- Hogares para personas sin techo:
  - Hogar de acogida (Fundación Hospitalidad Santa Teresa)
  - Hogar Sagrada Familia (Cáritas)
  
- Alimentación y artículos de primera necesidad:
  - Banco de Alimentos
  - Economato Los Panes y Los Peces (Cáritas)
  - Comedor Social Jesús Maestro y Pastor (Cáritas)
  - Hogar de Provisión de alimentos (El Buen Samaritano)
  - Comedor Social (Fundación Hospitalidad Santa Teresa)
  
- Inserción laboral:
  - Proyecto Pulsa Empleo Jóvenes (Cruz Roja)
  - Proyecto Segundas Oportunidades de Formación y Aprendizaje para Jóvenes (Cruz Roja)
  - Proyecto Puentes Para el Empleo: Itinerarios Para la Igualdad (Cruz Roja)
  - Proyecto Apoyo Empleo +45 (Cruz Roja)
  - Proyecto Pretaller de Cocina (Cáritas)
  - Plan Responde Frente a la COVID-19 de Inclusión Social y Empleo (Cruz Roja)
  
- Inclusión de infancia en riesgo de exclusión:
  - Proyecto Inclusión Niños y Niñas en Riesgo de Exclusión (Cruz Roja)
  
- Asilo de ancianos sin recursos:
  - Asilo de Ancianos Barrio de la Concepción (Hermanitas de los Pobres)

También se han realizado donaciones en especie de mascarillas y gel hidroalcohólico a varias de estas organizaciones, así como a ayuntamientos y organismos oficiales de las áreas donde Zamora Company se encuentra presente.

## 6. SOCIEDAD

El **Plan de Empresa Consciente** de Zamora Company refleja como pilar básico, **satisfacer las necesidades de consumidores y sociedad**, lo cual va implícito en nuestra responsabilidad corporativa.

Las necesidades de nuestros consumidores son para la compañía una gran fuente de inspiración. Tenemos en cuenta sus **demandas y preferencias** en la toma de decisiones y las transformamos en **soluciones reales**, ya que, en gran medida, son la brújula que guía nuestro camino como empresa.

Su gran valor también nos hace conscientes de la importancia de cuidarlos y beneficiar a las comunidades locales, las que nos han visto crecer y nos nutren de los recursos que necesitamos.

Las líneas estratégicas que respaldan nuestro **compromiso con los consumidores** y para lograr **comunidades más sostenibles** son las siguientes:

- Consumo consciente y responsable
- Satisfacción de clientes y consumidores
- Innovación sostenible
- Filantropía y apoyo a las comunidades locales

La estrategia del negocio de Zamora Company está enfocada y alineada con la consecución de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** marcados por la **Agenda 2030 de Naciones Unidas**, y son numerosas las acciones específicas desarrolladas, de manera coherente con nuestra misión y visión, para contribuir al logro de estos objetivos.

A continuación, se amplía información relativa a cómo el Grupo genera impacto social positivo a través de sus líneas estratégicas y actuaciones en estos aspectos.

### 6.1. Compromiso con el desarrollo sostenible

#### 6.1.1. Fomento del consumo responsable:

El Grupo Zamora Company reconoce su responsabilidad social en la publicidad, lo cual adquiere una mayor relevancia debido al alcohol presente en los

productos que comercializa. En este sentido, presta especial atención a cumplir con estrictos parámetros que aseguren el desarrollo de una **publicidad ética y responsable** en todas las comunicaciones, promociones y lanzamientos de productos.

La compañía participa a través de la **FEV (Federación Española del Vino)** en el programa europeo **Wine in Moderation**, iniciativa que nace en 2008 promovida por el sector europeo del vino para demostrar su responsabilidad social ante las autoridades europeas en la lucha contra el consumo abusivo de alcohol y sus efectos perjudiciales en la sociedad.

Zamora Company sigue el **Código de Autorregulación del Vino en materia de Publicidad y Comunicaciones Comerciales** promovido por la FEV.

*Wine in Moderation* es un programa de compromiso de la industria con los consumidores, involucrando a los canales de distribución y apoyado en tres pilares:

1. Para los consumidores: ayudarles a elegir (cuando beber o no - nunca menos de 18, nunca embarazadas).  
Para los canales: actuar responsablemente con el cliente NO sirviendo.
2. Para los consumidores: explicándoles que el vino se comparte, como disfrute social y desde el concepto de *slow wine*.  
Para los canales: formar al profesional sobre cómo se disfruta del vino.
3. Para los consumidores: evitar el exceso y marcar quién no debe beber nunca.  
Para los canales: cuidar a los clientes.

También cabe destacar numerosas acciones que Zamora Company apoya a través de su participación en **FEBE - Espirituosos España**, entre otras:

- o Encuentros con familias dentro del programa de "menores ni una gota".
- o Campañas de colaboración con distribuidores para el fomento del consumo responsable.
- o Participación en *Noc-turnos*, programa contra el binomio alcohol y conducción.
- o Programas de formación en consumo responsable en adultos.

- o Apoyo a la Fundación Alcohol y Sociedad en diferentes iniciativas para promover el consumo cero en colectivos de riesgo como menores y embarazadas.

### 6.1.2. Filantropía y apoyo a las comunidades locales

Zamora Company mantiene un fuerte compromiso con las comunidades locales en las que opera, trabajando por generar un impacto positivo a lo largo de toda su cadena de valor y destacando, entre otras, las siguientes líneas de acción de mayor relevancia:

#### ✦ Filantropía:

Cada año destinamos en torno al 2,5% del beneficio neto de la compañía a acciones sociales, siendo los colectivos más necesitados de nuestras áreas de influencia empresarial en España, los que habitualmente reciben este apoyo.

En 2020, los efectos de la pandemia han marcado las prioridades de la acción social del Grupo, como ya se ha indiado anteriormente, destinando una partida importante a proyectos locales de Cáritas, Cruz Roja y Banco de Alimentos.

#### o Respuesta de Zamora Company ante la COVID-19:

Zamora Company no ha sido ajena a la situación de excepcionalidad en la que nos encontramos, y por ello ha puesto en marcha una serie de medidas para paliar los efectos que la irrupción de la COVID-19 vienen provocando en la vida social y empresarial del país.

#### - Donaciones a entidades sociales:

Siendo consciente de las dificultades de centenares de familias, la compañía ha donado en 2020 **400.000 €** a diferentes asociaciones que trabajan proactivamente en apoyo a los colectivos más desfavorecidos de la sociedad. El detalle de estas aportaciones se ha facilitado anteriormente en el punto 5.2. de este informe.

#### - Apoyo a la Hostelería:

A esta inversión hay que sumar iniciativas particulares de las marcas en **apoyo a la Hostelería**, como la iniciativa llevada a cabo por las bodegas de Mar de Frades y Ramón Bilbao, "*Brindar hoy en casa para brindar mañana en los bares*", con la que ambas bodegas aportaron a bares y restaurantes un total de 45.000 botellas, que equivalen a 250.000 copas de vino, valoradas en 650.000 euros, con el objetivo de paliar los efectos de la pandemia en el sector hostelero.

El Grupo mantiene el apoyo firme al sector de la hostelería y a la distribución como aliados clave del negocio.

#### ✦ **Producto local como materia prima:**

En el año 2020 se adquirieron más de 9000 toneladas de vegetales ligados a la zona geográfica en donde se ubican las diferentes plantas de producción: uvas, endrinas y limones, lo cual supone un verdadero compromiso y apoyo a las comunidades locales y al medio rural del entorno donde están ubicadas nuestras plantas productivas.

Como ejemplos, el Grupo es la única empresa acogida a la marca de calidad I.G. Pacharán Navarro que elabora toda su producción con endrinas 100% navarras, como una clara demostración de apoyo a las comunidades locales, en este caso a Navarra con este cultivo minoritario pero novedoso y alternativo a la agricultura tradicional cerealista.

En el caso de los limones de Sorrento, el producto tiene una doble indicación geográfica; por un lado, están acogidos a una IGP y, por otro, el propio producto Limoncello tiene su Indicación Geográfica.

En el caso de las uvas, éstas deben ser per se de origen, bien Rioja, Rueda, Ribera o Albariño.

#### ✦ **Enoturismo sostenible:**

La cultura del vino está íntimamente ligada con el entorno y el desarrollo sostenible.

En primer lugar, el aprovechamiento vitivinícola del medio refleja su efecto sobre el desarrollo social y económico de las regiones.

Más recientemente, el aprovechamiento de la cultura del vino para su explotación a través de las **experiencias enoturísticas**, ha supuesto una revalorización de muchos territorios, impulsando el desarrollo social y económico. La cultura del vino no es sólo el eje temático de la actividad enoturística, sino que es su base y pilar esencial, por tanto, se relaciona directamente con la sostenibilidad ambiental, económica y social que subyace tras esta actividad.

Gran parte de la importancia de la cultura del vino se centra en las señas de identidad asociadas a cada territorio, que aportan características distintivas y singulares, contribuyendo a la sostenibilidad cultural.

Zamora Company, como creadores y distribuidores de vinos y espirituosos premium, ofrece la posibilidad de realizar visitas y descubrir el valor de las

experiencias en enoturismo y turismo industrial, conociendo los orígenes y la identidad única de Licor 43, Mar de Frades y Ramón Bilbao.

En 2020, se vivió una atípica temporada de vendimia, marcada por ser la primera bajo los efectos de la Covid-19. Las bodegas establecieron entonces una serie de medidas preventivas para garantizar la máxima seguridad de personal propio y visitantes, así como unos protocolos de actuación muy concretos de cara a las visitas, para hacer de estas experiencias sensoriales planes atractivos y alejados de riesgos.

En este contexto, Mar de Frades y Ramón Bilbao ofrecieron la posibilidad de disfrutar en sus propios viñedos del proceso de elaboración de sus vinos, en lo que supone toda una inmersión en el campo de la vendimia y en el mundo vitivinícola.

Mensualmente se planifican actividades sobre catas y maridajes especiales que se desarrollan en las Bodegas Ramón Bilbao Haro y Ramón Bilbao Rueda.

#### ✦ **Apoyo a la cultura local:**

Todas las plantas del Grupo mantienen una relación muy estrecha con las comunidades locales con las que conviven y las que tienen un gran arraigo adquirido a lo largo de la historia de la compañía.

Fortalecemos nuestra implicación social:

- Contribuyendo a mantener el legado cultural y social de nuestras comunidades.
- Desarrollando acciones sociales con entidades locales.
- Estableciendo convenios con centros educativos.

El Grupo, desde sus marcas, participa y apoya numerosas iniciativas locales tales como el patrocinio de fiestas populares y gastronómicas o el patrocinio de equipos o eventos deportivos.

Asimismo, se establecen convenios con municipios y entidades locales, y las sociedades que componen el Grupo pertenecen a numerosas asociaciones locales en las comarcas donde se ubican sus plantas.

#### **6.1.3. Actividades de patrocinio y apoyo a la cultura y el arte:**

Durante el ejercicio 2020, el Grupo ha mantenido su política de patrocinios en apoyo a la cultura y el arte. Destacar por su relevancia las siguientes:

Mar de Frades y Licor 43 fueron patrocinadores de la edición 2020 de la **Mercedes Benz Fashion Week Madrid, MBFWMadrid**.

Mar de Frades, fiel a su compromiso con la moda y el diseño español, estuvo presente en la *MBFWMadrid* como vino oficial de la gran plataforma de la moda española.

En 2020, Mar de Frades vistió su nueva edición limitada apostando por la firma de moda española *The 2nd Skin Co*. Además de esta colaboración, la bodega gallega ha trabajado ya con reconocidos diseñadores nacionales como Ágatha Ruiz de la Prada, Ana Locking, Duyos, Alvarno, Jorge Vázquez, Miguel Palacio o Luby Lab.

Destacar también un año más la colaboración de Mar de Frades en el **Festival de San Sebastián 2020 #MardeFradesdeCine**.

Otro ejemplo del compromiso de Zamora Company con el apoyo a la cultura del vino, es la participación de Bodegas Ramón Bilbao como colaborador oficial en el **IWC Merchant Awards**. En 2020 se celebró la Quinta Edición de los Premios IWC Merchant Awards Spain - Edición Especial Covid, en esta ocasión de manera virtual por la situación excepcional vivida.

También destacamos la **#SpanishWineAcademy**, puesta en marcha por Bodegas Ramón Bilbao, como espacio de formación en abierto sobre la cultura alrededor del vino español.

## 6.2. Subcontratación y proveedores

La actividad del Grupo está íntimamente relacionada con su capacidad para establecer relaciones de largo plazo con sus proveedores y subcontratistas. La colaboración estrecha con ellos es el camino para continuar creando valor en la cadena de suministro.

El desarrollo de proveedores forma parte de los procesos clave del Grupo, por lo que la selección, homologación y evaluación de los mismos son aspectos críticos en la gestión global del negocio. A pesar de la dificultad que entraña el disponer de proveedores en todos los mercados, con sus evidentes diferencias legales y culturales, el Grupo apuesta por la unificación de criterios y por extender las mejores prácticas con sus socios comerciales.

El **Código Ético** de la compañía recoge de manera explícita sus pautas de actuación, requisitos y compromisos por parte de los proveedores, indicando lo siguiente:

Zamora Company se relacionará con los proveedores de bienes y servicios de forma ética y lícita y en todo caso a través de procedimientos transparentes. El Grupo seleccionará únicamente proveedores cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana, no incumplan la Ley y no pongan en peligro la reputación de las empresas del grupo. Además, los proveedores deberán responsabilizarse de que las empresas subcontratadas trabajen bajo las normas promovidas por el presente código de conducta y dentro del marco legal correspondiente, estableciendo Zamora Company los mecanismos necesarios para controlar este aspecto.

Los proveedores del Grupo deberán respetar el cumplimiento de los Derechos Humanos internacionalmente reconocidos y asegurarse de no defraudar ni incurrir en abusos de estos derechos dentro de sus operaciones de negocio.

Por ello, todo proveedor tratará con dignidad y respeto a sus empleados. En ningún caso estará permitido el castigo físico, el acoso de ningún tipo ni el abuso de poder.

Todo proveedor deberá promover y respetar los siguientes principios:

- Eliminar toda forma de trabajo infantil.
- Erradicar cualquier tipo de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Evitar la discriminación en cualquier tipo de puesto de trabajo.
- Respetar los horarios máximos de trabajo y sueldos mínimos establecidos.
- Garantizar que sus empleados desarrollan su trabajo bajo los estándares de seguridad e higiene.
- Respetar los derechos de los empleados a asociarse, organizarse o negociar colectivamente sin que sufran por ello ninguna clase de sanción.
- Obtener y mantener los permisos ambientales para la operatividad de su empresa en caso de ser requeridos. Asimismo, en caso de que su operativa genere impactos, éstos deberán ser supervisados, controlados y tratados de la manera en la que la legislación correspondiente lo indique.
- Los proveedores deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental, adoptar métodos que beneficien una mayor responsabilidad ambiental y favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
- Todo proveedor deberá evitar ser partícipe de cualquier tipo de corrupción, extorsión o soborno.

Además de estas pausas básicas establecidas en el Código Ético, el Grupo cuenta con un sistema de Compras y Homologación de Proveedores para, entre otros aspectos de la operativa y la productividad, vigilar el cumplimiento

de los anteriores puntos establecidos en materia social, de igualdad y de respeto por el medio ambiente.

La gestión de compras de productos y contratación de servicios, destinados o relacionados con la producción y comercialización de las marcas de Zamora Company, se rige por el **Procedimiento de Compras y Homologación de Proveedores**, que es revisado y mantenido al día según el Sistema de Gestión de Calidad corporativo basado en la norma ISO 9001 - Gestión de la Calidad.

Este procedimiento corporativo es aplicable a todas las sociedades del Grupo que trabajan con el sistema central de compras, y establece las bases para su gestión en el área de Compras sin perjuicio, ni merma alguna de la capacidad de decisión autónoma que corresponde a cada una de dichas sociedades.

El alcance de dicho procedimiento abarca la compra de materias primas, de materiales auxiliares y promocionales, y de servicios subcontratados.

Tiene como guía la Política de Calidad y Responsabilidad Social, definida por la Dirección General, en la selección de sus proveedores, verificando que disponen de medios, organización y procedimientos adecuados para cumplir con eficacia los compromisos contractuales y las necesidades de Zamora Company.

El principio básico en la realización de las compras es el compromiso de actuar:

- De forma ética y responsable.
- Con el mayor nivel posible de rigor, objetividad, transparencia y profesionalidad en la relación con los proveedores.
- Trabajar, en colaboración con los proveedores, en procesos de mejora continua.

En cuanto a la selección y homologación de un proveedor para un determinado producto o servicio, éste deberá cumplir los requerimientos específicos marcados por cada Dirección afectada, pudiéndose realizar auditorías o solicitar certificados conforme a estándares reconocidos.

Un proveedor también podrá ser evaluado por datos históricos y en función de resultados de los análisis y ensayos de muestras previas.

El departamento de Marketing cuenta con dos tipos de proveedores, agencias y materiales, y dispone de criterios de adjudicación y seguimiento estipulados igualmente en el procedimiento corporativo.

El Procedimiento corporativo de Compras y Homologación de Proveedores fue revisado en noviembre de 2020 y se está trabajando en la búsqueda de herramientas que permitan agilizar la gestión actual y poder ampliar lo que ya se está aplicando/auditando en las sociedades certificadas, a la totalidad de las empresas del Grupo.

Adicionalmente a todo lo anterior, Zamora Company está adherida al **Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la contratación alimentaria**, como empresa asociada a FIAB, Federación Española de Industrias Alimentación y Bebidas. Este código es un sistema de autorregulación de carácter voluntario que establece los principios básicos que deben regir las relaciones entre los operadores que integran la cadena alimentaria.

### 6.3. Clientes y consumidores

Escuchamos las necesidades de nuestros clientes y consumidores para lograr su máxima satisfacción, optimizando nuestros sistemas de calidad y seguridad alimentaria.

En Zamora Company tenemos establecido como objetivo primordial satisfacer al cliente mediante información clara, veraz y en plazo, transparencia en las operaciones, asesoramiento personalizado cuanto el cliente lo requiera, tratamiento profesional y resolución ágil de incidencias.

La orientación hacia el consumidor y hacia el cliente es un objetivo comprendido y compartido por toda la organización, por lo que se encuentra en todos los procesos de decisión y operativos, y se somete a un control riguroso y continuo.

#### 6.3.1. Calidad del producto, salud y seguridad de los consumidores

El objetivo de Zamora Company es el de ofrecer productos y servicios seguros, inocuos, auténticos, competitivos, capaces de satisfacer las necesidades de los clientes asumiendo la responsabilidad frente a ellos.

El modelo de gestión de calidad definido para el Grupo conlleva la obtención de certificaciones y acreditaciones externas a cargo de entidades de referencia, como herramientas de confianza, fomento de la mejora y reconocimiento externo.

Las **certificaciones en calidad y seguridad alimentaria** de las que dispone el Grupo, por centros de trabajo, para garantizar la calidad del producto, y por entre, la salud y la seguridad de sus consumidores son las siguientes:

- Cartagena: ISO 9001 (Calidad) e IFS (Calidad y Seguridad Alimentaria).
- Dicastillo: ISO 9001 (Calidad) e IFS (Calidad y Seguridad Alimentaria).

- Haro: BRC e IFS (Calidad y Seguridad Alimentaria).
- Villa Massa: ISO 9001 (Calidad).

La Política de Calidad está integrada con la Política Medioambiental, ya mencionada anteriormente, como parte de los sistemas de gestión ambiental certificados conforme a ISO 14001 y WfCP de los que disponen algunos centros.

Durante el 2020 se han auditado, tanto internamente como externamente, todos los centros en base a los estándares bajo los que están certificados. Los resultados obtenidos en las auditorías se han valorado positivamente y han sido tratados debidamente para garantizar la mejora continua de los sistemas de gestión.

En el caso de la planta de Cartagena, se ha mejorado la puntuación de la auditoría IFS respecto a 2019, manteniendo el nivel alto. En Haro también se han mantenido los niveles de certificación alto en BRC e IFS, y en Dicastillo se ha mantenido el nivel intermedio en la correspondiente auditoría IFS.

El Grupo tiene asimismo implantada una política firme de **formación y concienciación personal**. En España, el 100% de los empleados tienen la formación en Higiene Alimentaria.

En cuanto al cuidado personal de la salud de sus consumidores, cabe destacar la iniciativa *Wine in Moderation*, ya mencionada anteriormente como parte del compromiso del Grupo con el consumo responsable.

### 6.3.2. Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones

La dirección del Grupo establece directrices eficaces para recopilar, analizar y utilizar la información sobre la **satisfacción del cliente** como una valiosa fuente de información sobre la experiencia asociada a la percepción de nuestros productos y servicios, así como con la atención recibida.

El proceso para solicitar, medir y seguir la retroalimentación de la satisfacción del cliente debe aportar información de forma continua, teniendo en cuenta la conformidad con los requisitos del producto y el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes.

Nuestros sistemas de gestión, tal como lo exigen las normas de referencia en base a nuestras certificaciones, consideran fuentes de información sobre la satisfacción del cliente las siguientes:

- Quejas recibidas por contacto directo con la compañía.
- Respuestas a comunicación con los clientes.

- o Cuestionarios y encuestas específicos.
- o Recopilación y análisis de datos de rendimientos.
- o Grupos de discusión, presentaciones en ferias, trabajos técnicos-científicos y literatura especializada.
- o Informes de organizaciones de consumidores u otras organizaciones.
- o Estudios del sector, de mercado y de posición competitiva.

Como resultados del análisis de quejas y comunicaciones en el ejercicio 2020, hemos obtenido los siguientes datos:

- Indicador Número de reclamaciones justificadas: 47
- Indicador Número de reclamaciones justificadas por millón de litros producidos: 2,62

El indicador de número de reclamaciones por millón, ha subido respecto de 2019, año en el que el dato fue de 1,57. Esto se ha debido fundamentalmente a dos factores; por una parte, hemos mejorado el proceso para lograr un mayor control y clasificación de las incidencias relacionadas con el cliente, y por otra parte, debemos apuntar que este indicador también se ha visto perjudicado con el descenso absoluto de la producción de la compañía por el efecto de la pandemia.

Las reclamaciones recogidas por Zamora Company en 2020 tienen como origen muy diversas causas, pero sólo una pequeña parte hacen referencia a quejas sobre el propio producto (deficiencias organolépticas ligadas a una evolución más o menos rápida, defectos de sabor a corcho, por ejemplo, u otras percepciones olfato - gustativas). El resto de reclamaciones están relacionadas con elementos defectuosos de las presentaciones: faltas o rotura de algún elemento de etiquetado (etiquetas, contras, precintas), defectos en las tapas o en las cajas.

Ninguna de las reclamaciones ha estado relacionada con la Seguridad Alimentaria.

De todas las reclamaciones se hace una investigación ad hoc por el departamento técnico de la marca afectada, se le hace un seguimiento y, en todos los casos, se le da una respuesta al cliente a la mayor brevedad posible. Se informa en todos los casos a los responsables comerciales de la marca en cuestión (Área Manager, Customer Service, Dirección Comercial).

No es posible establecer plazos fijos de respuesta, ya que en muchos casos se requiere de una toma de datos o estudio que puede hacer variar el tiempo necesario para aportar la respuesta adecuada.

### 6.3.3. Innovación sostenible

Disponemos de un nutrido portfolio de referencias que satisfacen diferentes expectativas de consumidores, y seguimos avanzando en ello apostando por productos innovadores.

Como ejemplos, mencionar el caso de Licor 43 Horchata, una fusión de Licor 43 Original y la tradicional Horchata de Valencia. La nueva fórmula sin lactosa y 100% apta para veganos ha nacido para dar respuesta a los consumidores más conscientes de la salud y ha sido reconocida con la Doble Medalla de Oro en los prestigiosos premios SIP Diseño y Packaging de Global Spirits Masters, en 2020.

Otro ejemplo sería el Cocktail 43 Fresco, con bajo contenido en alcohol y primer producto "listo para tomar" (RTD) de Licor 43. Este innovador producto es una fusión del inconfundible sabor de Licor 43 Original y auténticos zumos de frutas.

Destacar también los vinos certificados veganos de Mar de Frades y la variedad orgánica de Lolea, Lolea Garnacha,

Innovamos también en **Experiencia de clientes**. Destacar como ejemplo en este sentido, el reconocimiento otorgado a [Bodegas Ramón Bilbao](#) con el **Premio 2020 Enofusión a la innovación**, otorgado durante la celebración de la X edición del Congreso Internacional del Vino Enofusión, dentro del marco de Madrid Fusión.

Este premio reconoce el esfuerzo de Ramón Bilbao por modernizar la imagen del vino, conquistar el mercado no sólo por la calidad de sus vinos, sino por su capacidad de innovación y adaptación a nuevos públicos, así como por sus campañas de promoción donde el vino quiere conectar con el estilo de vida del consumidor.

### 6.3.4. Seguridad de la información

El Grupo Zamora Company es plenamente consciente de la relevancia de la protección de datos personales, siendo fundamental que se recaben y almacenen adecuadamente.

Se tratan no sólo datos personales de clientes, sino también de leads, empleados, socios y proveedores. En todos los casos cumplimos con los principios básicos establecidos en el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y la Ley Orgánica 3/2018 de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

El área de Protección de Datos de Zamora Company pertenece al área Legal y da soporte a todo el Grupo.

Es fundamental el Documento de seguridad que regula los controles de los que se dispone en la compañía, destacando los siguientes objetivos y principios:

- Implementar el valor de la Seguridad de la Información en el conjunto de la Organización.
- Contribuir, todas y cada una de las personas, a la protección de la Seguridad de la Información.
- Preservar la confidencialidad, integridad, disponibilidad y resiliencia de la información, con el objetivo de garantizar que se cumplan los requisitos legales, normativos, y de nuestros clientes, relativos a la seguridad de la información; y de forma específica en lo que respecta a **datos de carácter personal**:

Los datos serán tratados de manera lícita, leal y transparente en relación con el interesado (**Licitud, lealtad y transparencia**), recogidos con fines determinados, explícitos y legítimos (**Limitación de la finalidad**), adecuados, pertinentes y limitados a lo necesario en relación con los fines para los que son tratados (**Minimización de datos**), exactos y, si fuera necesario, actualizados con respecto a los fines para los que se tratan (**Exactitud**), mantenidos de forma que se permita la identificación de los interesados durante no más tiempo del necesario para los fines del tratamiento de los datos personales (**Limitación del plazo de conservación**) y tratados para garantizar su adecuada seguridad, incluida la protección contra el tratamiento no autorizado o ilícito y contra su pérdida, destrucción o daño accidental (**Integridad y confidencialidad**).

- Proteger los activos de la información de amenazas, ya sean internas o externas, deliberadas o accidentales, con el objetivo de garantizar la continuidad del servicio ofrecido a nuestros clientes y la seguridad de la información.
- Establecer un plan de seguridad de la información que integre las actividades de prevención y minimización del riesgo de los incidentes de seguridad en base a los criterios de gestión del riesgo establecidos por el Grupo.
- Proporcionar los medios necesarios para poder realizar las actuaciones pertinentes de cara a la gestión de los riesgos identificados.
- Definir como marco de gestión de la seguridad el compromiso de mejora continua, utilizando como referencia, no obligatoria, la norma ISO/IEC 27002 como conjunto de buenas prácticas para la gestión de la seguridad de la información.

- Asumir la responsabilidad en materia de concienciación y formación en materia de seguridad de la información como medio para garantizar el cumplimiento de esta política.
- Extender nuestro compromiso con la seguridad de la información a nuestros trabajadores y proveedores.

En cuanto a la Organización interna, se establece un rol para cada función y se dispone de un directorio de personal autorizado para el acceso a los sistemas de información de la empresa, gestionado y custodiado por el Departamento de Transformación Digital.

Las funciones y obligaciones de cada una de las personas con acceso a los datos de carácter personal y a los sistemas de información han sido transmitidas en la formación de uso de SAP, así como en la formación inicial de los puestos de trabajo. Se realizan recordatorios en formaciones continuas.

En cuanto a la seguridad de la información en la gestión de proyectos, se toman medidas organizativas y técnicas para integrar garantías que permitan aplicar de forma efectiva la normativa aplicable en el mismo momento en que se diseña un producto o un servicio que implique el tratamiento de datos personales.

Se han adoptado medidas que garantizan que sólo se traten los datos necesarios en lo relativo a la cantidad de datos tratados, la extensión del tratamiento, los periodos de conservación y la accesibilidad a los datos.

En cuanto al Uso de dispositivos móviles, ya desde 2019, se cuenta con una política específica: *Bring Your Own Device*.

En el documento de seguridad se recoge que los recursos de carpetas del sistema están definidos por grupos de usuarios y permisos. Del mismo modo están limitados los accesos a otras aplicaciones como *Salesforce* o *Succesfactor*.

Asimismo, los usuarios sólo tienen acceso a aquellas redes y a los servicios para cuyo uso hayan sido específicamente autorizados.

En cuanto al acceso físico a las instalaciones, está controlado de manera que cualquier persona no autorizada precisa estar acompañada de personal autorizado e identificarse previamente.

La conexión mediante Wifi con dispositivos externos sólo permite el acceso a internet y no a la intranet de la organización. Además, dicha conexión está limitada en el tiempo, debiendo conectarse con la debida autenticación cada vez que personal externo accede a la misma.

En cuanto a los proveedores o cualquier otro usuario que pueda acceder a la información que no sea pública, estos estarán obligado igualmente a firmar los compromisos de confidencialidad.

Otro protocolo fundamental es la **Política de gestión de incidentes de seguridad de la información**, la cual establece que:

- Las incidencias que afecten a la Seguridad, mal funcionamiento del Hardware, software, comunicaciones, amenazas, vulnerabilidades y riesgos, deben ser notificadas al Departamento de Organización y Sistemas.
- El usuario que detecte una incidencia procederá su comunicación a través del gestor de incidencias.
- De no tener acceso al gestor de incidencias, realizará la comunicación a través del correo electrónico para que quede constancia de la comunicación aportando los datos necesarios para el correcto registro de dicha incidencia, por el responsable/receptor de la misma.
- De no poder efectuarse a través de las opciones anteriores, se realizará por teléfono, en cuyo caso el responsable/receptor de la incidencia procederá a su registro.
- En cualquier caso, deberá quedar registrada la incidencia en el Gestor de Incidencias de la Empresa que corresponda.

A lo largo del ejercicio 2020 no se detectaron incidencias relativas a la seguridad de la información.

#### 6.4. Información fiscal

- **Beneficio consolidado antes de impuestos**

A continuación, se detallan los beneficios de 2019 y 2020 de acuerdo con las Cuentas Anuales Consolidadas de los correspondientes ejercicios:

Países	AÑO 2019	AÑO 2020
	Resultado Antes de Impuestos (BAI) (euros)	Resultado Antes de Impuestos (BAI) (euros)
Nacional	14.729.012	
Intracomunitario	1.669.667	
Resto del Mundo	2.898.342	
<b>TOTAL</b>	<b>10.161.003</b>	

- **Gasto del impuesto consolidado sobre sociedades**

A continuación, se detalla el gasto del impuesto consolidado sobre sociedades de acuerdo con las Cuentas Anuales Consolidadas de los ejercicios 2019 y 2020:

Países	AÑO 2019	AÑO 2020
	Impuesto sobre Beneficios (IS) (euros)	Impuesto sobre Beneficios (IS) (euros)
<b>Nacional</b>	3.085.807	3.085.807
<b>Intracomunitario</b>	106.691	106.691
<b>Resto del Mundo</b>	7.677	7.677
<b>TOTAL</b>	<b>2.986.794</b>	<b>2.986.794</b>

- **Subvenciones públicas recibidas:**

## ANEXO

Estándares GRI asociados como indicadores clave de contenidos de la Ley 11/2018:

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándar GRI	Capítulo EINF
<b>Modelo de Negocio</b>			
Descripción del modelo de negocio del Grupo	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias, y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	GRI 102-2, GRI 102-6, GRI 102-14, GRI 102-15	1
Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 GRI 103-3 Enfoque de gestión en cada ámbito	1 Se detallan en cada uno de los apartados según tema tratado.
Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15	1 Se detallan en cada uno de los apartados según tema tratado.
<b>Información sobre cuestiones medioambientales</b>			
General	- Efectos de la actividad de la empresa en el medioambiente, la salud y la seguridad.	GRI 103 Enfoque de gestión de cada ámbito	2.1.
	- Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.		2.1.

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándar GRI	Capítulo EINF
	- Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.		2.1.
	- Aplicación del principio de precaución.	GRI 102-11	2.1.
	- Provisiones y garantías para riesgos ambientales.	GRI 103	NA
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente al medio ambiente, teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	GRI 103 Emisiones	2.4.
Economía Circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos. Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 103 – Efluentes y residuos GRI 306-2	2.2.
Uso sostenible de los recursos	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 303-1	2.3
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	GRI 301-1	2.3.
	- Consumo, directo e indirecto de energía. - Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. - Uso de energías renovables.	GRI 302-1	2.3.
Cambio Climático	Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).	GRI 305-1, 305-2, 305-3	2.4.
	Medidas para adaptarse al Cambio Climático.	GRI 103 – Emisiones	2.4.
	Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones GEI y medios para tal fin.	GRI 103 – Emisiones	2.3 y 2.4.
Protección de la biodiversidad	Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 103 – Biodiversidad	2.5.
	Impactos causados por la actividad.	GRI 304-2	2.5.

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándar GRI	Capítulo EINF
<b>Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal <sup>1</sup></b>			
Empleo	- Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 102-8, GRI 401-1, GRI 405-1	3.1.
	- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.		3.1.
	- Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.		3.1.
	- Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.		3.1.
	- Remuneraciones medias por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	GRI 102-35 GRI 405-2	3.1.
	- Brecha Salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.		3.1.
	- Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.		3.1.
	- Medidas de desconexión laboral.	GRI 103 - Empleo	3.1. y 3.2.
	- Empleados con discapacidad.	GRI 405-1	3.1.
Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 103 - Empleo	3.2.
	- Número de horas de absentismo.	GRI 403-2	3.3.
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 103 - Empleo	3.7 y 4.3.
Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 103 - Salud y Seguridad	3.3.
	- Indicadores de siniestralidad desagregados por sexo.	GRI 403-2	3.3.

<sup>1</sup> El alcance de la información abarca un perímetro del 96,65% del grupo en el ejercicio 2020, equivalente a 490 empleados de los 507 contabilizados entre las sociedades nacionales e internacionales incluidas.

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándar GRI	Capítulo EINF
	- Enfermedades profesionales.	GRI 403-2	3.3.
Relaciones Sociales	- Organización del diálogo social.	GRI 103-Relaciones trabajador-empresa	3.4.
	- Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo.	GRI 102-41	3.4.
	- Balance de los convenios colectivos en el campo de la salud y seguridad en el trabajo.	GRI 403-4	3.3.
Formación	- Políticas de formación.	GRI 103-Formación y enseñanza	3.5.
	- Horas totales de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1	3.5.
Accesibilidad	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 103-Diversidad e igualdad + No discriminación	3.6.
Igualdad	- Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.	GRI 103 – Diversidad e igualdad de oportunidades + No discriminación	3.7.
	- Planes de igualdad.		3.7.
	- Medidas para promover el empleo.		3.7.
	- Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.		3.7. y 4.3.
	- Política contra la discriminación y gestión de la diversidad.		3.7. y 4.3.
<b>Información sobre el respeto de los derechos humanos</b>			
Derechos Humanos	- Aplicación de procedimientos de debida diligencia.	GRI 102-16, 102-17, 406-1, 407-1, 408-1, 409-1, 418-1, GRI 103	4 y 6.3.5.
	- Medidas de prevención y gestión de los posibles abusos cometidos.		4

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándar GRI	Capítulo EINF
	- Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.	Evaluación de derechos humanos + Libertad de asociación y negociación colectiva + Trabajo infantil + Trabajo forzoso u obligatorio + Privacidad	4
	- Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.		4.2.
	- Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación y del trabajo forzoso u obligatorio; abolición efectiva del trabajo infantil		4.3. y 4.4.
<b>Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno</b>			
Corrupción y soborno	- Medidas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 103 - Anticorrupción	1.2.2. y 5.1.
	- Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	GRI 413-1	1.2.2. y 5.1.
	- Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.		5.2.
<b>Información sobre la sociedad</b>			
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	- Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	GRI 413-1 GRI103	6.1.
	- Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.	Comunidades locales	6.1.
	- Relaciones con las comunidades locales.	GRI 413-1	6.1.
	- Acciones de asociación o patrocinio.	GRI 102-12 GRI 102-13	6.1.
Subcontratación y proveedores	- Inclusión de cuestiones ESG en las compras.	GRI 102-9	6.2.
	- Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	GRI 103-3 Prácticas de adquisición	6.2.
	- Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	GRI 308-2 GRI414-2	6.2.

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándar GRI	Capítulo EINF
Consumidores	- Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	GRI 103-2 Salud y seguridad en clientes	6.3.1., 6.3.2. y 6.3.4.
	- Sistema de gestión de reclamaciones y quejas recibidas.	GRI 103-2 Salud y seguridad en clientes	6.3.3.
Información fiscal	- Beneficios obtenidos por país.	GRI 103 - Desempeño económico	6.4.
	- Impuestos sobre beneficios pagados.		6.4.
	- Subvenciones públicas recibidas.	GRI 201-4	6.4.

## Formulación del Estado de Información no Financiera por parte del Consejo de Administración

En cumplimiento de lo dispuesto por establecido por la ley, el administrador de Diego Zamora, S.A. y sociedades dependientes ha formulado el Estado de Información no Financiera Consolidado correspondiente al ejercicio del año 2020.

Asimismo, ha firmado el citado documento que consta de 94 páginas.

En Murcia, 30 de marzo de 2021



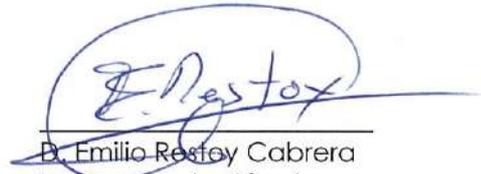
D. José Mª de Santiago Restoy  
En representación de  
LISAN 2001, S.L.



D. Juan Ángel Zamora Pedreño  
En representación de  
JJCA Varinvest, S.L.



D. Esther Aguirre Zamora  
En representación de  
Aguirre Zamora y Asociados, S.L.



D. Emilio Restoy Cabrera  
En representación de  
Tuscasa Gestión, S.L.



D. Ignacio Conesa Zamora  
En representación de  
Ringelblume Cartera, S.L.



D. Juan Ángel Zamora de Jódar  
En representación de  
Ayala Selective, S.L.



D. Arnaud Lodeizen

