



# **Estado De Información No Financiera Consolidado del Ejercicio 2021**

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

## Índice de contenidos

1.	MODELO DE NEGOCIO	4
1.1.	La compañía y su entorno empresarial	4
1.2.	Organización y estructura	11
1.3.	Nuestros asuntos materiales	15
2.	CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	20
2.1.	Impactos ambientales y procedimientos de evaluación	20
2.2.	Economía circular y prevención y gestión de residuos	23
2.3.	Uso sostenible de recursos	27
2.4.	Contaminación atmosférica y cambio climático	34
2.5.	Protección de la biodiversidad	37
3.	CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL	40
3.1.	Empleo	41
3.2.	Organización del trabajo	49
3.3.	Salud y seguridad laboral	50
3.4.	Relaciones sociales	54
3.5.	Formación	55
3.6.	Accesibilidad universal	62
3.7.	Igualdad y gestión de la diversidad	62
4.	RESPECTO A LOS DERECHOS HUMANOS	65
4.1.	Diligencia debida en materia de derechos humanos	65
4.2.	Promoción y cumplimiento de los convenios de la OIT	69
4.3.	Eliminación de la discriminación en el empleo	70
4.4.	Eliminación del trabajo forzoso y el trabajo infantil	71
5.	LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO	73
5.1.	Prevención de la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales	73
5.2.	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	77
6.	SOCIEDAD	79
6.1.	Compromiso con el desarrollo sostenible	79
6.2.	Subcontratación y proveedores	86
6.3.	Clientes y consumidores	92
6.4.	Información fiscal	101
	ANEXO Tabla de contenidos de la Ley 11/2018	103



## **Presentación del Estado de Información No Financiera del Grupo Zamora Company 2021**

El presente informe de Estado de Información no Financiera (EINF) del ejercicio 2021 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 *KPMG*, 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 2021. 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, o 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, Martin Miller's Gin, Thunder Bitch, Mar de Frades, Patxarán Zoco y Cruz de Alba, a las que hay que sumar las marcas distribuidas que componen el portfolio de productos de la compañía familiar, como 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 en torno a las 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, desde 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.

El beneficio total después de impuestos, en el ejercicio 2021, para la totalidad del Grupo ha sido de 16.547.787 euros.

En términos de personal, la plantilla era de 494 personas al finalizar el ejercicio 2021, disponiéndose de datos a efectos de este informe relativos a 487 personas, un 84% en territorio nacional y un 16% 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.

La compañía plasma su identidad en su 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.

De forma coherente con lo anterior, el Grupo define su misión y visión de la siguiente manera:

- 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, el Grupo se encuentra actualmente en fase de definición y aprobación de su nuevo plan estratégico a futuro, pero en el marco del plan 2017-2020, vigente a efectos prácticos durante 2021, se establecían **3 pilares estratégicos** básicos en torno a:

- **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.

En 2021 hemos desarrollado un **proyecto de transformación e innovación** que nos ha permitido alinear nuestras iniciativas en este sentido con la estrategia marcada en el Grupo. El entendimiento de estos pilares estratégicos nos ha permitido establecer un procedimiento de priorización por valor de las inversiones, para adaptarnos al contexto y seguir creciendo, equilibrando la búsqueda de eficiencia (mejora de procesos), con la mejora en la experiencia de cliente (a través del uso de los datos) y el lanzamiento de nuevas referencias que den respuesta a las cambiantes tendencias de consumo.

Asimismo, 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. A lo largo del 2021, la compañía ha estado volcada en avanzar en los planes de igualdad.
- **Transformación Digital:** entendida no únicamente como un cambio en los sistemas tecnológicos del Grupo, sino especialmente en su cultura y su manera de trabajar.

Con el objetivo de poder dar respuesta a los nuevos retos, durante 2021 construimos las bases de un ecosistema digital de datos, centrado en conocer mejor a nuestros consumidores y alinear las fuentes de información permitiendo tener una visión única a nivel grupo.

Siguiendo con esta filosofía de alineamiento, se traslada el conocimiento y las herramientas de escucha en redes sociales y monitorización de las búsquedas en internet a equipos internos del grupo. Esto nos permite asegurar que seguimos un criterio único en la información y ganar agilidad en necesidades específicas. Durante 2022, se explotará esta información para ayudar a la toma de decisiones, ya que obtenemos información tanto de marcas del grupo como de competidores.



El 2021 ha sido un año en el que se han tenido que seguir afrontando los efectos de la pandemia mundial y su repercusión en múltiples aspectos, impactando de forma acusada en los objetivos y estrategias de las compañías.

En Zamora Company hemos actuado teniendo muy presentes el contexto actual y las tendencias del mercado, teniendo en cuenta cómo afectarán a la evolución de nuestro negocio.

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.

Los **hábitos de consumo** se han modificado y, además de la crisis económica que obliga a reducir el gasto, nos encontramos con consumidores con una creciente preocupación por la salud y los hábitos de vida saludables.

Ante una tendencia al consumo de bebidas más naturales y con menor graduación alcohólica y menos calorías, Zamora Company ha lanzado en España una serie de innovaciones que buscan cubrir esa demanda y dar respuesta a este nuevo consumidor, preocupado a su vez por la sostenibilidad de las marcas que compra, su impacto en el planeta y su contribución a la sociedad. En este sentido, el Grupo continúa avanzando con paso firme y mantiene su **apuesta por la innovación**.

Asimismo, como tendencia que ha llegado para quedarse, se ha producido un incremento del uso de dispositivos digitales como canales de compra.

La compra online ha seguido siendo una de las tendencias de consumo en 2021, y aunque la penetración de este canal ya era una realidad, la pandemia ha supuesto un gran empuje para los escaparates online, acelerándose la búsqueda de productos en internet y logrando un número de conversiones online mucho más alto. En cuanto a este cambio de tendencia de los canales de distribución, hemos reforzado nuestros equipos comerciales enfocados a Off-trade, para tener una ruta al mercado mejorada y estar alineados al modelo de negocio que se está afianzando.

Zamora Company ya tenía su propio **canal e-commerce**, Club Venturio, el cual ha experimentado un importante crecimiento cercano al 300%; Ya era un canal estratégico de desarrollo y la pandemia ha venido a reafirmar el camino que ya habíamos comenzado hace cuatro años.

Por su parte, el canal de hostelería se ha seguido viendo muy afectado durante el 2021, viviendo y sufriendo las restricciones de horarios, de aforos y de aperturas impuestas a lo largo de los meses según la situación sanitaria de cada momento.

Esta situación nos ha afectado directamente y la compañía no ha dejado de prestar **apoyo permanente a la hostelería**; son nuestros partners y nos debemos a ellos, por tanto, además de las actuaciones que se han liderado desde las

asociaciones del sector, hemos continuado trabajando juntos a través de visitas, promociones, asesoramientos y ayudas directas.

Por otro lado, en el canal alimentación nuestras marcas Premium y las de mayor reconocimiento han mejorado su visibilidad y su accesibilidad.

Sobre el consumo en hogares, hemos mantenido nuestra estrategia de **formación digital** en varias de nuestras marcas, liderados por Ramón Bilbao, #TheSpanishWineAcademy, donde apostamos por la formación y conocimiento del vino español en el mundo.

También destacamos, desde los inicios de la pandemia, nuestro compromiso con las personas que trabajan en Zamora Company y su salud. En ese sentido, en 2021 hemos mantenido nuestros protocolos de seguridad y de teletrabajo, adaptándonos a los diferentes momentos vividos a lo largo del año y centrando nuestros esfuerzos en el **bienestar y la salud de nuestros trabajadores y sus familias**.

Por último, nuestro **Plan de Empresa Consciente 20-22** se ha afianzado como facilitador clave del negocio y hemos continuado con nuestro plan director, abordando todos los aspectos relativos a la sostenibilidad y manteniendo nuestro compromiso con la Agenda 2030 y con la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Seguimos trabajando en nuestro **Legado de Futuro** para que éste sea más sostenible.

A lo largo del presente documento se pueden de manifiesto muchos de los aspectos que incluye la hoja de ruta de la compañía en materia de sostenibilidad y cómo estamos avanzando en ello.

En el punto 1.3. del presente informe se expone con mayor detalle el modelo de **Zamora Company Empresa Consciente**.

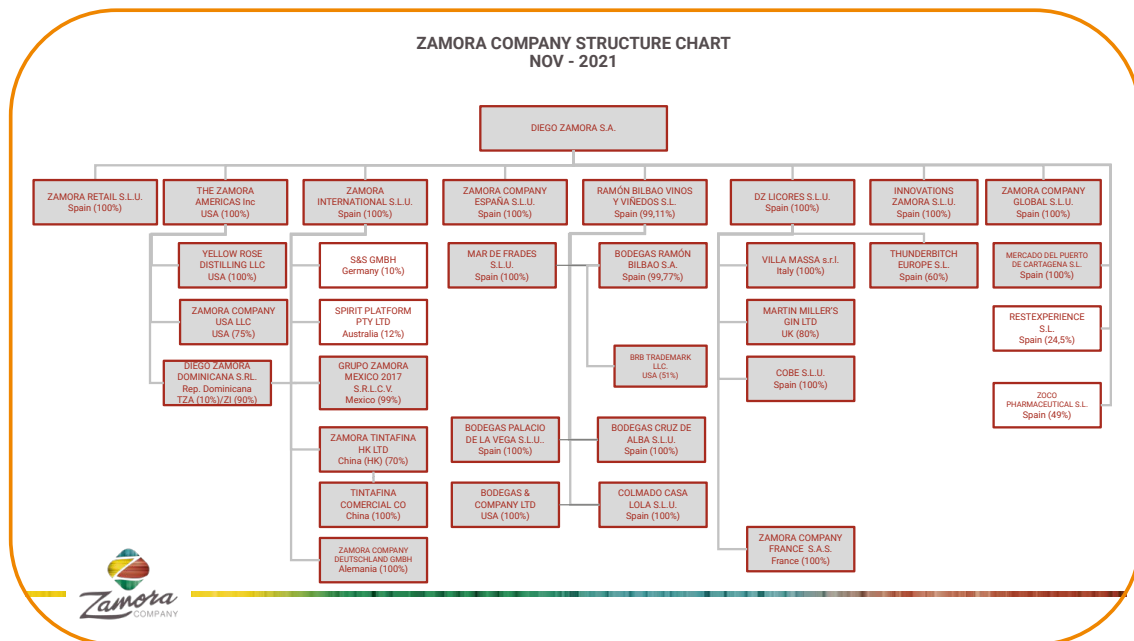
## 1.2. Organización y estructura

### 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, así como las sociedades fuera de España, 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:



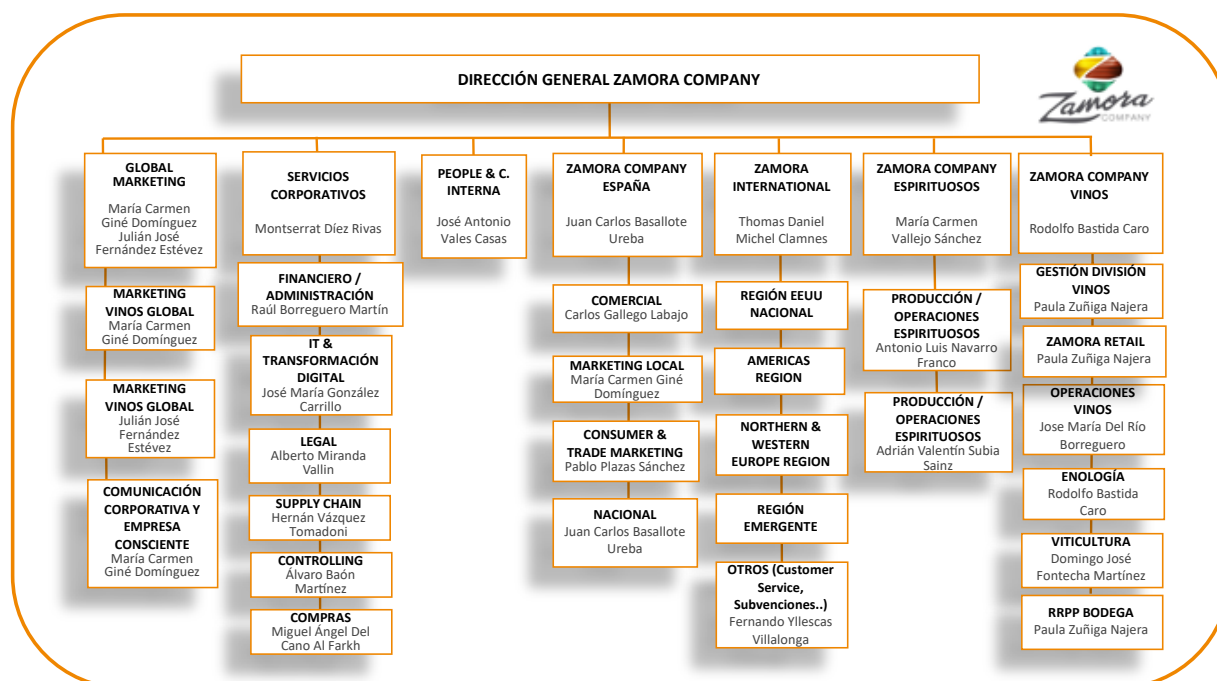
Desde el punto de vista de la actividad, el Grupo se centra en tres **líneas de Negocio**:

- **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.

- o **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** y sus correspondientes áreas al cierre del ejercicio 2021:



\* Hay que señalar que el 1 de noviembre se produjo un cambio en la Dirección General de la compañía, encontrándose a cierre de 2021 en fase de transición.

## 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.

Desde finales de 2021, con la ayuda de una consultora especializada, se está llevando a cabo una revisión en profundidad del Sistema de Gestión de Riesgos Penales que nos permitirá consolidar su implantación y optimizar las políticas y protocolos de gestión de riesgos asociadas al mismo.

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, por lo que el alcance conjunto de ambos marcos contempla los riesgos relacionados con las siguientes categorías:

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

Existe formalmente designado un **Comité de Cumplimiento**, cuya composición y funcionamiento han sido modificados en 2021 pasando a estar integrado por la Dirección de Servicios Corporativos, Recursos Humanos y Legal (contando con el apoyo de consultores especializados como asesores externos), ejerciéndose por el Comité de manera colegiada la función de **Compliance Officer**. La estructura y funcionamiento del Comité de Cumplimiento se ha formalizado mediante la aprobación de su propio Estatuto.

El Comité de Cumplimiento se encarga de la supervisión del funcionamiento y cumplimiento del programa de compliance y está presidido por la Dirección de

Servicios Corporativos, que reporta al Consejo de Administración en esta materia.

Asimismo, el Comité de Cumplimiento vela por la aplicación 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.

Las funciones del Comité de Cumplimiento 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 anteriores se revisaron aspectos críticos como el compliance internacional, la estructura de contratos, el 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 la creación de un portal de formación interna.

Como novedad relevante, previsto para el primer trimestre de 2022, se lanzará un nuevo sistema de comunicación de denuncias a través del proveedor EQS. Esta herramienta estará disponible para todos los empleados y compañías que colaboran con el Grupo. Permitirá poner en conocimiento del Comité de Cumplimiento, de manera confidencial o incluso anónima si así lo decide el denunciante, conductas indebidas reales o sospechosas que puedan afectar al Grupo. Esta plataforma cumple con las exigencias derivadas de la Directiva Europea 2019/1937 y la normativa española de desarrollo.

Asimismo, el Consejo de Administración reorganizó sus funciones ya en 2020 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 en su labor.

En el 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 para 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 revisado en 2021 su análisis de materialidad para asegurar que las cuestiones relevantes siguen presentes en su estrategia y en el reporte, abordando de forma progresiva los asuntos prioritarios identificados.

Para el presente ejercicio se ha tratado de incorporar el enfoque de *doble materialidad*, tal y como apuntan las tendencias futuras en materia de reporting. En este sentido, la compañía ha reflexionado acerca del impacto de sus actividades en los diferentes ámbitos de la sostenibilidad, y de cómo estos temas pueden afectar a la compañía desde la perspectiva del negocio.

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**

Se ha realizado un inventario de temas acorde con los aspectos contemplados por 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, así como 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, entre los cuales se incluye el enfoque *outside-in* de la doble materialidad, 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 validado la matriz de materialidad correspondiente a la situación de la compañía en 2021.

### MATRIZ DE MATERIALIDAD 2021



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 publica anualmente.

## 2. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

### 2.1. Impactos ambientales y procedimientos de evaluación

El **Compromiso con el planeta** es uno de los pilares básicos del **Plan de Empresa Consciente 20-22**, aprobado como la hoja de ruta a seguir para la contribución de Zamora Company al desarrollo sostenible, estableciendo cuatro líneas estratégicas de trabajo en materia de medio ambiente:

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

En el ejercicio 2021 hemos mantenido nuestros principios básicos de actuación conforme a nuestra **Política Medioambiental**, aprobada por la Dirección General en enero de 2020, 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.

Zamora Company se ha comprometido a facilitar los **recursos necesarios** para el desarrollo y la implantación efectiva de los Sistemas de Gestión, 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
- Rueda

- Sorrento (Italia)
- Quintanilla de Onésimo
- 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. Por hacer mención a algunas de ellas, sería el caso de Londres, Barcelona, Dallas (EEUU) y Munich (Alemania).

En el presente reporte tampoco se tiene en cuenta la planta de Orense, cerrada en el mes de febrero de 2021, pero ya sin actividad desde final de diciembre de 2020.

Los ocho centros de producción considerados (excluyendo las oficinas de Madrid) elaboraron **en 2021 más de 23,5 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 muchas, siendo una cifra récord de producción.

No están incluidos en este informe los datos medioambientales y de calidad relativos a las marcas Martin Miller's, Lolea, Fresco, Nitro & Coffee, Milk y Carajillo 43. Tampoco se incluyen las marcas de distribución como son el ron Matusalem y el champán Pommery. La no inclusión de estos centros se debe a que no están bajo el control de operaciones de la compañía, sino que se trata de co-packers, los cuales elaboran otros productos ajenos a Zamora Company, por tanto, no se pueden tener en cuenta sus indicadores.

#### **Certificaciones ambientales:**

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

- Norma internacional UNE-EN-ISO 14001 – Centros de Cartagena y Dicastillo.
- WfCP (Wineries for Climate Protection) – Centros de Haro y Meis.

Hay que destacar también el Certificado BREEAM de la planta de Cartagena, que acredita el diseño y la construcción bajo 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. Aún así, como ya se ha

mencionado anteriormente, la compañía se encuentra inmersa en un proceso de actualización, evaluación y definición de un mapa completo de riesgos de negocio, cuyos resultados se están ya teniendo en cuenta para la estrategia global del Grupo y su apuesta firme por la sostenibilidad.

No se ha evaluado por el momento riesgo relevante por 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) cuáles son los de mayor impacto.

Los **aspectos ambientales identificados** han sido 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)
- Consumo de biomasa
- 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 2021 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 2021, se han destinado del orden de 12.000 euros a las auditorías de seguimiento de los sistemas de gestión ambiental, 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 2021 no se ha identificado 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 cuanto a formación y sensibilización ambiental, a lo largo de 2021 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.

Como iniciativa externa, Zamora Company se ha adherido 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 continúa formando 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 (orujos 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 2021 se han mantenido diversas formaciones puntuales en relación con la correcta segregación de los residuos generados en los centros.

▪ **Indicadores de generación de residuos:**

Tipo de residuo	Año 2020 (t)	Año 2021 (t)
Subproductos orgánicos	1.807,43	2.134,36
Residuos sólidos reciclables	315,12	369,96
Residuos sólidos no reciclables	147,43	146,23
Residuos peligrosos	2,25	3,53
Total	2.272,23	2.654,08
Total (kg de residuos por litro embotellado)	0,12	0,11

\* 23.500.805 l embotellados en el año 2021

En el ejercicio 2021 se ha incrementado el porcentaje de residuos destinados a reciclaje o recuperación, y se ha llegado al 94,4% frente al 93,3% del año anterior, limitando al 5,6% los residuos con destino a vertedero o que necesitan tratamiento para su eliminación.

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

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



- Subproductos orgánicos:

Tipo de residuo	Año 2020 (t)	<b>Año 2021 (t)</b>
Lías	239,30	260,35
Orujos	1.282,59	1.309,75
Raspón	89,54	102,64
Arañón	196	364
Otros (tierras, lodos)	---	97,62
<b>Total</b>	<b>1.807,43</b>	<b>2.134,36</b>

- Residuos sólidos reciclables:

Tipo de residuo	Año 2020 (t)	<b>Año 2021 (t)</b>
Vidrio	53,3	85,8
Papel y cartón	178,1	208,2
Plástico	46,9	58,4
Madera	21,7	4,91
Metal	15,1	12,4
Otros	---	0,4
<b>Total</b>	<b>315,12</b>	<b>369,96</b>

- Residuos sólidos no reciclables:

Tipo de residuo	Año 2020 (t)	<b>Año 2021 (t)</b>
RSU	59,83	75,07
Tierras filtrantes	87,60	71,16
<b>Total</b>	<b>147,43</b>	<b>146,23</b>

En cuanto a los residuos de naturaleza peligrosa, en 2021 estos han representado únicamente un 0,13% del total de residuos generados y su generación está muy vinculada a las actividades necesarias de mantenimiento.

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 del orden del 0,03 % anual del total de residuos generados.

En cuanto al desperdicio alimentario, tampoco en 2021 se han emprendido acciones para combatirlo, 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.

## 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 y una parte adicional de pozos, en ambos casos de acuerdo con las limitaciones locales.

Fuente de abastecimiento	Año 2020	Año 2021
Red municipal	88,5%	91,6%
Pozo	11,5%	8,4%

En 2021 se han mantenido medidas para el ahorro en el consumo de agua:

- 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:

	Año 2020	Año 2021
Consumo total (m <sup>3</sup> )	45.561,88	50.965,78
Consumo por actividad (l agua / l embotellado)	2,45	<b>2,17</b>

Respecto al periodo anterior, en 2021 se ha producido un aumento del consumo de agua en volumen absoluto, pero se ha logrado una **optimización del consumo en un 11,43%** si se considera la ratio de actividad (litros de agua por litro de producto embotellado).

o **Consumo de energía y combustible**

En este ámbito, mantenemos el objetivo de optimizar nuestro consumo energético y, en consecuencia, reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) a la atmósfera y su impacto en el cambio climático.

Como combustibles se utiliza biomasa, gas natural y gasoil.

En 2021 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.
- Concienciación y formación del personal.
- Sustitución de luminarias por otras de tecnología LED.

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 Grupo están ya muy próximas a dicho objetivo.

En 2021, la energía renovable consumida fue el 66,7 %, mientras que en 2020 este porcentaje fue del 60%.

Hay que tener en cuenta que se contabiliza también la actividad de campo en los consumos energéticos, donde el porcentaje de renovable disminuye por el uso de una mayor proporción de combustibles fósiles.

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

Consumo (MWh)	Año 2020	Año 2021
Electricidad	3.690,74	3.639,83
Gas natural	276,65	137,57
Otros gases	38,46	47,89
Gasoil	1.145,87	767,06
Biomasa	914,05	897,63
Otras energías	123,88	107,47
TOTAL (MWh)	6.189,65	5.597,45

En 2021 hemos logrado reducir el consumo total de energía un 9,56 % respecto a 2020, debido a la implantación de medidas de ahorro, así como al cierre y beneficio en las sinergias de uno de los centros de producción (Orense).

Por otra parte, el indicador de 2020 fue negativo en términos de consumo energético debido a los gastos fijos que se mantuvieron, aún sin producción, en la situación provocada por la pandemia del Covid-19.

<b>Intensidad energética:</b>	<b>Año 2020</b>	<b>Año 2021</b>
Consumo energético por producción (kWh/l embotellado)	0,34	0,24

En 2021 se ha alcanzado una **reducción del consumo de energía por producto respecto a 2020 de un 31,42 %**. Esta disminución es debida a la implantación de medidas de ahorro y a un aumento de producción, que llevando a números relativos hace una cifra aún más favorable.

- **Consumo de otras materias primas y envases (packaging)**

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 2021 Zamora Company adquirió un total de 18.202,63 toneladas de estas materias primas (un 13% más que en el año anterior). De este total, más de 11.000 toneladas han sido materias vegetales, más de 3.500 toneladas de azúcar, del orden 2.900 toneladas de alcohol y el resto se distribuye entre aromas y otros compuestos.

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.

Contamos con proveedores corporativos que proporcionan los distintos productos de limpieza y mantenimiento de los centros. Los 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 tampoco en 2021 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 integrando de manera creciente **criterios de sostenibilidad** en todos sus **proyectos de Innovación**.

La compañía 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.

Como se menciona mas adelante en este informe, Zamora Company se encuentra inmersa en una transformación de las relaciones con los proveedores, buscando de manera conjunta alternativas de materiales mas favorables para el medio ambiente.

Destacamos algunos ejemplos de proyectos en marcha en relación con diferentes materiales:

#### **Botellas de vidrio:**

- Proyecto de Colaboración con ECOVIDRIO en gestión de envasado de vidrio, en materia de prevención y ecodiseño, ligado al estudio de aligeramiento de nuestros modelos de vidrio, tanto personalizado, como estándar, y la posible repercusión de estas iniciativas en el resto, tanto del proceso productivo, como de comercialización y distribución de los productos asociados a dichos envases. Es un proyecto global y a desarrollar por las plantas de producción, de inicio e ideación en 2021 y desarrollo en 2022.
- Revisión de modelos de vidrio personalizados de Zamora Company:
  - Botella Lolea 75 cl: proyecto de aligeramiento realizado en 2021. Realización y aceptación de plano de modelo aligerado. Puesta en marcha de moldes y primera fabricación prevista para 2022. Se espera un aligeramiento superior al 10% del peso de la botella actual, lo que se traduce en una reducción estimada de más de 50 toneladas de vidrio al año, a partir de la puesta en marcha del modelo aligerado. Por otro lado, se espera una reducción anual superior a las 20 toneladas de CO<sub>2</sub>.
  - Botellas personalizadas gama Bodegas: se ha realizado durante 2021 un exhaustivo análisis de nuestras botellas personalizadas más utilizadas, y como resultado se ha aprobado la optimización, racionalización, unificación, y en algunos casos el aligeramiento, de muchos de los modelos utilizados en nuestras bodegas. Dichos modelos verán la luz a medida que avance 2022.
  - Botellas personalizadas gama Licores: en proceso de análisis de algunos de los modelos personalizados utilizados actualmente. Como en el caso anterior, hay un plan de mejoras sobre los mismos con el foco en la optimización, racionalización, unificación y aligeramiento.
- Revisión de fichas logísticas y paletización. En 2021 se ha comenzado un estudio para la optimización de las fichas logísticas resultantes de los productos de Zamora Company, analizando toda la cadena de producción desde mosaico de paletización hacia atrás, para el estudio óptimo de troqueles de cajas, y finalmente de planos de botellas.

#### **Cartón ondulado:**

Revisión de calidades de cartón con nuestros proveedores habituales. Desarrollo:

- En 2021 se realiza un **estudio de las calidades de cartón** utilizadas hasta la fecha para todas las gamas de productos de la compañía, con el objetivo

de estandarizar, racionalizar, optimizar y reducir las toneladas de cartón utilizadas al año en nuestros productos.

- Se acuerda unificar las calidades y espesores de papel utilizados tanto en los **papeles liner** (externos) como en las ondas (interiores), con el fin de reducir el % de papel utilizado en su fabricación, sin perder capacidad de resistencia y funcionalidades actuales. El ahorro estimado en 2021 es superior a 10 toneladas de cartón y proyectado a 2022 superar las 50 toneladas de ahorro.
- Se acuerda **reducir el nº de tintas** en los diseños de cajas, así como el uso de masas de tinta sobre las cajas de cartón, en todas las divisiones y marcas, lo que ayuda a aumentar la resistencia del cartón y, por tanto, favorece la reducción de gramajes de papeles vírgenes y reciclados. Se ha puesto en marcha en 2021 para algunas de nuestras marcas de Vino más destacadas. Para el resto de las referencias, se comenzará en 2022.
- Se acuerda el traspaso de muchas gamas de diseño de cajas de papeles externos tipo Kraft blancos a **Kraft crudos**, lo que elimina procesos de blanqueados y lavados del papel, supone un ahorro considerable de agua en los procesos, y en definitiva deriva en un cartón más sostenible. Se ha puesto en marcha en 2021 para algunas de nuestras marcas de Vino más destacadas. Para el resto de las referencias, se comenzará en 2022.

### **Material plástico:**

En 2021, se realiza una primera revisión de los materiales plásticos que utilizamos en nuestras listas de materiales, con el objetivo de identificar primeramente los que pueden ser sustituidos parcial o totalmente, bien por materiales plásticos provenientes de cualquier tipo de plástico reciclado, o bien, si pueden ser sustituidos por otros materiales no plásticos más sostenibles.

De ese primer análisis identificamos los siguientes ejemplos como destacadas y las acciones implementadas en cada caso:

- **Sleeves:** se realiza un estudio para utilizar un porcentaje mayor de PET reciclado en este material de packaging. Se realizan pruebas, fabricaciones, impresiones y aplicaciones sobre botella, y se acuerda la utilización de material con al menos un 30% del mismo procedente de PET reciclado. El estudio y las pruebas se han realizado en 2021, a la vez que alguna primera fabricación, pero el grueso del volumen de incorporación de este material se dará en 2022.
- Cabe destacar además que los sleeves utilizados por Zamora Company para esta gama de productos, llevan una **tira de desgarre** que facilita su retirada posterior al consumo del producto, tanto como para la separación de materiales y posterior reciclaje, como para la reutilización por parte del consumidor de estas botellas, que llevan incorporado un tapón tipo bozal mecánico diseñado para tal uso y por tanto con posibilidad de ser reutilizada para contener otros productos en el ámbito del consumidor.



- Zamora Company comercializa algunas botellas en las que se utiliza este tapón o bozal mecánicos, compuesto tanto de material plástico como de material metálico. Se ha realizado un estudio respecto el peso del material plástico utilizado para la fabricación de dicho tapón, y se ha conseguido reducir en más de un 20% el mismo. Esa reducción se ha aplicado durante 2021 y se estima una reducción total anual de 1,4 toneladas de plástico, fruto de esta modificación.

#### **Material publicitario sostenible**

- Se priorizan criterios de compras en materiales de papel/cartón/madera. Se establece la necesidad de compra de este tipo de productos en base a estos materiales, únicamente bajo la **Certificación FSC (Forest Stewardship Council)**.

Este criterio se ha introducido en 2021 alcanzándose un 80% de compra tipo FSC, y es mandatorio en 2022 para el 100% de compra.

- **Eliminación de bolsas de plástico polybag** en todos los materiales POS, como procedimiento interno. En 2021 se introduce este requisito y se alcanza un 75% de compra exenta de bolsa polybag. Mandatorio para 2022 al 100% de compra.
- **Reducción general de la utilización de plástico común**, sustituyendo dicho material por materiales en base a papel/cartón/madera/PLA (termoplástico biodegradable) si es posible. En su defecto se prioriza el uso de materiales plásticos reciclados, RPET u otros. Sustitución exitosa en 2021 con 35 actuaciones en este sentido. El objetivo para alcanzar en 2022 se fija en la reducción de un 25% más la utilización de plásticos en materiales VAP y POS de marketing, llegando a un 50% de utilización de PLA frente a plástico común.

#### **Palets: Modelo logístico eficiente y sostenible**

Esta actividad comenzó en 2020 con uno de nuestros partner logístico de pallets.

En el año 2021, gracias a este modelo logístico eficiente y sostenible:

- ♣ Evitamos 42 t de CO<sub>2</sub> por transporte eficiente, lo que equivaldría a más de 38.000 km en camión.
- ♣ Evitamos 3,2 t de residuos gracias al uso de este sistema circular basado en la reutilización y la regeneración.
- ♣ Ahorramos 35,1 m<sup>3</sup> de madera, el equivalente a 34 árboles.

Estos cálculos están basados en un estudio independiente del Análisis del Ciclo de Vida (ACV) del pallet utilizado comparado con el equivalente en blanco. Este ACV se basa en la ISO 14044 y es revisado por pares. El 100% de la madera está certificada por el Forest Stewardship Council (FSC) y el Programa de Certificación Forestal (PEFC).

## 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.

Las calderas de tres centros, Cartagena, Haro y Rueda 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 2021 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. Aún así, en los centros del Grupo se lleva a cabo un estricto control de estos aspectos en línea con la regulación actual.

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.

Como ejemplo, la bodega gallega de Mar de Frades se enfrenta a un presente condicionado por los cambios en el clima cada vez más notables e inestables en Galicia, que afectan directamente al desarrollo de su actividad y el vino. Los episodios meteorológicos más extremos y cambiantes ocasionan el adelantamiento del ciclo de la vid.

▪ **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 indicadores de emisiones del Grupo Zamora Company son los siguientes:

▪ **Emisiones totales de alcance 1 y 2:**

	Año 2020 (tCO <sub>2</sub> eq)	Año 2021 (tCO <sub>2</sub> eq)
Alcance 1	261	265,78
Alcance 2	442	360
TOTAL	703	625,78

- **Emisiones de alcance 1 y 2 por producto:**

	Año 2020	Año 2021
gCO <sub>2</sub> eq / litro embotellado	39,41	26,42

El indicador del total de Emisiones de GEI (Alcances 1 y 2) por producto ha mejorado considerablemente respecto a 2020, resultando en una **reducción del 32%**.

- **Emisiones totales de alcance 1, 2 y 3:**

Adicionalmente, se muestran los resultados de las emisiones totales incluyendo también el alcance 3 para aquellas plantas para las que se ha calculado, siendo de momento las bodegas de Haro y Meis:

	Año 2020 tCO <sub>2</sub> eq	Año 2021 tCO <sub>2</sub> eq
Haro (Ramón Bilbao)	12.680	10.616
Meis (Mar de Frades)	2.105	2.115

Nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> estaban en torno a un 82% por debajo de la media del sector, según datos de 2018 reflejados en el estudio realizado por PwC para Espirituosos España 2020, "Estrategia de sostenibilidad en el sector de la Fabricación de Bebidas Espirituosas en España.

Aún así, nos hemos marcado un objetivo de reducción de un 15% para el año 2025 y nos encontramos en la buena dirección, puesto que, desde el año de referencia, el 2019, ya hemos reducido un 11,3 % las emisiones totales en los alcances 1 y 2.

## 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 decidido 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. Asimismo, en la planta de Dicastillo está implantado un sistema de control biológico de la vegetación de la finca con dos equinos. 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 La 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 2021 se adquirió un 22% más de vegetales que en el periodo 2020, lo que supone **más de 11.000 t 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 de nuestro cuidado del entorno 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.

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.

Como ejemplo, es destacable el compromiso de [Mar de Frades](#), a través de su [programa sostenible Conscious](#). Desde el corazón del Val do Salnés, en Galicia, esta bodega elabora vinos frescos, elegantes y con un marcado carácter salino. Consciente de los efectos que provoca el cambio climático en el mundo, y en consecuencia en el viñedo, Mar de Frades ha desarrollado este programa alineado con la filosofía sostenible de la bodega, que implementa diferentes

medidas que respetan el medio ambiente durante todo el proceso de elaboración de sus vinos.

Pero además de la tierra en la que se cultiva, Mar de Frades debe su carácter salino y atlántico al mar que acaricia sus viñedos; sin su influencia no sería el mismo vino. Por ello, en 2021 ponen en marcha el proyecto **Sea-Conscious** ante el problema del plástico como elemento invasor de los océanos: un **proyecto enfocado a la problemática de la contaminación de los océanos**, que ha querido concienciar sobre nuestro estilo de vida, enviando a la vez un mensaje de esperanza.

Asimismo, en el programa *Conscious* también se refleja de manera muy particular el **compromiso de la bodega con la biodiversidad**, apostando por la diversificación de hábitats, por ejemplo, con la implantación de cubiertas vegetales, para favorecer el control biológico de plagas e impedir la proliferación de especies exóticas invasoras. Paralelamente, Mar de Frades desarrolla acciones para la protección de las camelias, aumentando el cultivo de sus variedades con el fin de preservar la especie, llegada a Galicia a finales del siglo XVIII desde China o Japón.

### 3. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

En el ejercicio 2021 hemos continuado avanzando en nuestro **Plan de Empresa Consciente 20-22**, convencidos de que contar con **Empleados empoderados** es imprescindible a la hora de hacer realidad nuestro legado de futuro y ser una gran empresa donde trabajar. Las líneas estratégicas marcadas en las que seguimos focalizando nuestros esfuerzos son:

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

En el presente capítulo se detallan las cuestiones sociales y relativas al personal requeridas por la normativa de referencia y trabajadas bajo este marco de nuestro plan estratégico.

La información reportada hace referencia a todas las sociedades nacionales, italianas y estadounidenses, con excepción de la sociedad en UK, ya que ésta en el año 2021 no era 100% propiedad de Zamora Company y por tanto su gestión no recae en los servicios corporativos del Grupo.

Las sociedades incluidas representan el **98,6%** de la plantilla (487 empleados del total de 494), lo cual implica una mejora respecto al ejercicio anterior donde se alcanzó el 96%.

En el presente informe se incluyen 13 sociedades en España y 6 internacionales (frente a las 12 y 4, respectivamente, del periodo 2020) siendo éstas:

- Sociedades nacionales: 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., ZOCO PHARMACEUTICAL, S.L.
- Sociedades Internacionales: The Zamora Americas, Inc USA - Zamora Company USA, LLC - Yelow Rose Distilling, LLC USA - Grupo Zamora Mexico 2017 SRLCV (México) - Zamora Company Deutschland GmbH (Alemania) - Villa Massa, SRL (Italia)



### 3.1. Empleo

A cierre del ejercicio 2021, el Grupo lo componen 494 empleados, analizando a efectos de este informe según lo anteriormente expuesto, a un total de **487 empleados**, de los cuales, 410 pertenecen a las sociedades nacionales y 77 a las sociedades internacionales.

De la plantilla analizada en 2021, 304 empleados son hombres (62,4%) y 183 mujeres (37,6%).

Las siguientes tablas recogen la información acorde a distintos tipos de distribución y clasificación para el número de empleados del ejercicio 2021 y su comparativa con el año anterior.

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

Año 2021:

1	DIEGO ZAMORA, S.A.	66
2	Zamora Retail, S.L.U.	7
3	Zamora International, S.L.U.	27
4	Zamora Company España, S.L.U.	78
5	Mar de Frades, S.L.U.	25
6	Ramon Bilbao Vinos y Viñedos, S.L.U.	12
7	Bodegas Ramón Bilbao, S.A.	95
8	Bodegas Cruz de Alba, S.L.U.	7
9	DZ Licores, S.L.U.	73
10	Innovations Zamora, S.L.U.	8
11	Zamora Company Global, S.L.U.	9
12	Mercado del Puerto Cartagena, S.L.	1
13	ZPHARMA	2
<b>Total España =</b>		<b>410</b>

1	The Zamora Americas, Inc. USA	9
2	Zamora Company USA, LLC	25
3	Yellow Rose Distilling, LLC USA	11
4	Grupo Zamora Mexico 2017 SRLCV (Mx)	5
5	Zamora Company Deutschland GmbH (A)	9
6	Villa Massa, S.R.L (I)	18
<b>TOTAL Internacional</b>		<b>77</b>

Año 2020:

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 2021:

TABLA 1 - 2021 : Número total y distribución de empleados por sexo, edad 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>3</b>	<b>77</b>	<b>80</b>
	Hombre	0	2	46	48
	Mujer	0	1	31	32
30 - 50	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>78</b>	<b>217</b>	<b>325</b>
	Hombre	25	44	124	193
	Mujer	5	34	93	132
> 50	<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>13</b>	<b>51</b>	<b>82</b>
	Hombre	15	10	38	63
	Mujer	3	3	13	19
<b>TOTAL</b>	-	<b>48</b>	<b>94</b>	<b>345</b>	<b>487</b>

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>-</b>	<b>44</b>	<b>87</b>	<b>359</b>	<b>490</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 2021:

TABLA 2 - 2021: x empresa fijos y eventuales, y por género					
Edad	Sexo	Contratos Indefinidos	Contratos Temporales	Contratos en prácticas	TOTAL
< 30	<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>16</b>	<b>2</b>	<b>80</b>
	Hombre	38	9	1	48
	Mujer	24	7	1	32
30 - 50	<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>325</b>
	Hombre	180	13		193
	Mujer	111	21		132
> 50	<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>82</b>
	Hombre	57	6		63
	Mujer	18	1		19
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>428</b>	<b>57</b>	<b>2</b>	<b>487</b>

Tabla 2.1. 2021 Contratos x Categoría		Clasificación (plantilla media): Directivo Banda A/B, Medio C / Empleados D/E		
	Directivo	Cargo medio	Empleado	TOTAL
Contratos Indefinidos	48	94	286	428
Temporales			57	57
Prácticas			2	2
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>94</b>	<b>345</b>	<b>487</b>

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>

Tabla 2.1. 2020 Contratos x Categoría		Clasificación (plantilla media): Directivo Banda A/B, Medio C / Empleados D/E		
	Directivo	Cargo medio	Empleado	TOTAL
Contratos Indefinidos	44	86	291	421
Temporales	0	1	65	66
Prácticas	0	0	3	3
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>87</b>	<b>359</b>	<b>490</b>

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

En el año 2021 se llevaron a cabo 15 despidos, frente a los 42 del 2020, fundamentalmente como consecuencia de la situación provocada por la pandemia de la COVID-19 en ese periodo.

**Año 2021**

**Año 2020**

2021: TABLA 3-Despidos: Edad y género		
Edad	Sexo	Despidos
< 30	<b>Total</b>	<b>4</b>
	Hombre	2
	Mujer	2
30 - 50	<b>Total</b>	<b>9</b>
	Hombre	4
	Mujer	5
> 50	<b>Total</b>	<b>2</b>
	Hombre	2
	Mujer	
<b>TOTAL</b>	-	<b>15</b>

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>

2021: TABLA 3.1 - : Despidos x Categoría Profesi	
Categoría Profesional	Despidos
Directivos	4
Cargos Intermedios	1
Empleados	10
<b>TOTAL</b>	<b>15</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>

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

Año 2021

TABLA 6 REMUNERACIONES				
TABLA 6 - 2021 Edad , Género / Clasificación (plantilla media): Directivo Banda A/B, Mandos Intermedios C/ Staff D/E				
Tabla general				
Edad	Sexo	Directivos	Mandos Intermedios	Staff
< 30	<b>Total</b>		<b>57.692,36 €</b>	<b>23.377,80 €</b>
	Hombre	0,00 €	55.982,98 €	21.014,81 €
	Mujer	0,00 €	61.111,11 €	26.884,17 €
30 - 50	<b>Total</b>	<b>125.561,63 €</b>	<b>65.296,14 €</b>	<b>27.877,07 €</b>
	Hombre	127.649,95 €	65.219,83 €	29.449,56 €
	Mujer	115.120,00 €	65.394,89 €	25.780,43 €
> 50	<b>Total</b>	<b>157.110,66 €</b>	<b>84.712,55 €</b>	<b>31.459,57 €</b>
	Hombre	161.308,79 €	87.980,73 €	32.282,07 €
	Mujer	136.120,00 €	73.818,65 €	29.055,33 €

(Se incluyen los conceptos FIJO, VARIABLE ANUAL y SIP (no allowance))

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 €

En 2021 se ha mantenido la evaluación del desempeño ligado a bonus de un 36% de la plantilla del Grupo.

- **Remuneraciones a la Alta Dirección (\*) de la sociedad dominante desagregadas por sexos:**

	2021	2020
Hombres	1.278.434,23 €	1.675.172,02 €
Mujeres	87.611,87 €	162.946,27 €

(\*) Los datos de Alta Dirección de las CCAA consolidadas se refieren únicamente a los de la sociedad dominante, DIEGO ZAMORA SA, y solo se consideran en esta categoría al CEO del Grupo y al Director de Servicios Corporativos, los cuales salen del Grupo durante 2021 y a 31/12 ya no está ninguno de ellos, y quedando a cierre del ejercicio solamente una mujer.

- **Remuneraciones al Consejo de Administración de la sociedad dominante desagregadas por sexos:**

	Consejo de Administración (7)	Hombres (6):	Mujeres (1)
<b>2021</b>	624.123 €	544.123 €	80.000 €
2020	407.372 €	353.962 €	53.410 €

*Incluye sueldos, dietas y otras remuneraciones.*

- **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 de hombres y el número de mujeres en plantilla al cierre del ejercicio, y se ha calculado la brecha salarial con la siguiente fórmula:

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

Los resultados obtenidos son los siguientes:

Sexo	Directivos	Mandos Intermedios	Staff
Hombre	140.272,02 €	68.954,39 €	28.101,66 €
Mujer	122.995,00 €	65.947,19 €	26.340,94 €
<b>BRECHA SALARIAL</b>	12,32%	4,36%	6,27%
<b>PORCENTAJE EMPLEADOS</b>	9,86%	19,30%	70,84%
<b>BRECHA SALARIAL COMPAÑÍA</b>	6%		

Como se puede ver, en la categoría de "Directivos" es donde se hace mayor esa brecha y será necesario un tiempo para terminar de cerrar estas diferencias.

Sin embargo, 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. Asimismo, hay que tener en cuenta la incidencia de los contratos a jornada completa, ya que 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 de avance hacia la igualdad de género, 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 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.

La **Política de Sistemas de Seguridad** incluye un anexo específico, **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 Grupo Zamora Company (*)	2020	2021
Número de personas	7	9
Porcentaje del total de la plantilla	1,43	1,84

(\*) 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 diferentes **convenios colectivos** que le son de aplicación. En 2021 han sido **14** convenios, igual que en el ejercicio anterior.

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.

En el ejercicio 2021, se ha avanzado en la Política de flexibilidad horaria en la Unidad de Bodegas, ya que no se exige presencia física en la franja de 16 a 17 horas, pudiendo concentrar el horario en jornada continuada de mañana.

Para el control del 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, tras la entrada en vigor del Real Decreto-Ley 8/2019, de 8 de marzo, sobre el registro obligatorio del tiempo efectivo de trabajo, se estableció una **Guía de Registro de Jornada**, que se entrega a cada empleado recién incorporado, de cara a homogeneizar criterios y asegurar el cumplimiento de la norma de obligada aplicación en las sociedades en España. Para las sociedades internacionales, partiendo de las políticas comunes, se adapta la gestión a la legislación vigente en cada país.

El Grupo Zamora Company mantiene su compromiso con la **conciliación** de la vida familiar y personal.

Durante el año 2021 se ha concretado la **Política de Teletrabajo** para todos aquellos puestos a los que pueda ser de aplicación según la normativa legal vigente, concretándose bajo dos modelos de aplicación:

- o **Teletrabajo nómada**, con solamente dos días obligados de presencia física en las instalaciones.
- o **Teletrabajo ocasional**, que permite al empleado una mayor discrecionalidad en la aplicación del teletrabajo, autorizado siempre por el responsable, y con un tope de 12 horas semanales.

### 3.3 Salud y seguridad laboral

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

A fin de mantener una política activa en Prevención de Riesgos Laborales, se mantienen las medidas necesarias para la eliminación de los factores de riesgos

y accidentes a través de la implantación, en todos los ámbitos, de protocolos de prevención reales y adaptadas en todos los casos a la legislación vigente.

El Grupo mantiene como líneas de trabajo clave las siguientes:

- Identificar, evaluar y controlar los riesgos relativos a la seguridad y la salud de los trabajadores.
- Reducir la tasa de accidentes laborales.
- Mejorar las operaciones.

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

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

En cuanto a la organización preventiva, el Grupo Zamora Company, a cierre de 2021, mantiene formalizado concierto con los dos mismos **Servicios de Prevención de Riesgos Laborales** que en el ejercicio anterior, abarcando igualmente 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	

Ya en el año 2019 se constituyó el **Comité de Seguridad y Salud** en la sociedad Bodegas Ramón Bilbao S.A. en su centro de La Rioja, manteniéndose también en 2020 y 2021. Está conformado por 2 Delegados de Prevención y 2 representantes de la empresa.

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. Esta representación recae en la figura de la Delegada de Prevención que es a su vez la Delegada de Personal.

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 se han mantenido en 2021 las **medidas excepcionales COVID** tomadas ya en el ejercicio anterior 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 y se han emitido de manera constante informaciones específicas al respecto de las medidas de seguridad a tener en consideración.

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 contabilizaron 413 test COVID realizados en España y 47 en las tres sociedades USA. En el resto de los países se dispuso de pruebas para administrar durante eventos/reuniones y se suministraron a empleados para usar si fuera necesario previamente a visitas comerciales.

En cuanto a la coordinación de actividades con otras empresas en las instalaciones de Zamora Company, en 2021 se eliminó la prohibición de recibir visitas externas cuando las circunstancias sanitarias así lo han permitido, pero siempre manteniendo todas las medidas de control y seguimiento.

Sí se mantuvo la pauta de limitar al máximo las reuniones presenciales, 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 mantenido las 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, en 2021 se ha mantenido el sistema desplegado ya en el año anterior para la comunicación interna y el protocolo de actuación ante la detección de un caso. Se mantuvo el **Espacio COVID** en el **Portal de Comunicación** corporativo, a través del cual se han seguido emitiendo comunicados periódicos de manera constante desde el inicio de la pandemia.

- **Absentismo:**

A continuación, se muestran los indicadores de absentismo de Zamora Company en 2020 y 2021, comparativamente con la media del sector.

Los indicadores de Zamora Company han estado por debajo de la media del sector en ambos ejercicios, siendo estos últimos de 3,48 y 3,58 respectivamente, frente a los datos de la compañía de 1,47 y 1,35:

	Tasa de absentismo (ZC)	Jornadas perdidas	Trabajadores	Días en periodo
Año 2020	1,47	2.408	446	366
<b>Año 2021</b>	<b>1,35</b>	2.067	420	365

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 entidades americanas, la tasa de absentismo se reporta en horas y no en días como en el caso de las sociedades nacionales. Este dato fue de 664 horas correspondientes a 52 empleados. En el caso de Alemania, se contabilizaron 69,3 horas de dos empleados.

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

Año 2021

Año 2020

Condiciones de Salud y Seguridad en el trabajo		
TABLA 4 - 2021 : Datos informes Sinistralidad 2021		
Nº accidentes	12,00	11 Hombres / 1 Mujer
Nº enf profesionales	0,00	
	MEDIA ZCOMPANY	SECTOR
Índice de Frecuencia	15,52	14,24
Índice de Incidencia	27,16	25,54
Índice de Gravedad	0,24	0,36
Duración Media	15,25	26,31

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

Nota: Los índices no se desagregan por género porque no se dispone de esa información, ya que los datos proceden del informe de la Mutua.

### 3.4. Relaciones sociales

En 2021, 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 y 2020, el número de convenios fue de 13 y 14 respectivamente, 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 diálogo 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 mencionado **Portal de Comunicación**, donde se realizan más de 200 comunicaciones anuales a los empleados, sirviendo de canal de transmisión de toda la información relevante. En 2021 se han emitido 287 comunicados.

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.

El Grupo cuenta con el ya mencionado **Código Ético y de Conducta** (última versión de 2018) de aplicación a los siguientes **Grupos de interés**, sean físicos o jurídicos:

- Accionistas y socios.
- Consejos de Administración.
- Directivos del grupo.
- Empleados del grupo.
- Estudiantes en prácticas y becarios.
- 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:

- Respeto a los derechos de las personas.
- Respeto a la igualdad.
- Respeto al Medio Ambiente.
- Compromiso con la Salud Alimentaria.
- Uso y Protección de Activos.
- Lealtad a la Empresa y Conflicto de Intereses.
- Integridad.
- Consumo responsable de alcohol.
- 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 2021 se ha culminado la implantación de nuevos procedimientos utilizados en años anteriores. La **formación online** ha sido una modalidad que, asociada al teletrabajo, se ha terminado de implantar a lo largo de este ejercicio, siendo en este formato el **78,36%** del total de formaciones de 2021. Este dato supone un 26,5% más que el año anterior.

Los objetivos formativos principales van asociados a los objetivos estratégicos del negocio. La mejora de competitividad empresarial, así como el desarrollo de los empleados constituye la base de ello.

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.

En 2021 se han llevado a cabo más formaciones y se han impartido más horas que en el ejercicio anterior, sin embargo, estos datos continúan siendo menores que los pre-pandémicos alcanzados en el año 2019.

	2019	2020	2021
<b>Nº HORAS</b>	9.709,5	5.298	6.774
<b>Nº PARTICIPANTES</b>	773	692	836
<b>Nº ACCIONES FORMATIVAS</b>	354	186	324

Entre los objetivos del ejercicio 2021, por áreas, destacaron los siguientes:



ÁREAS/OBJETIVOS	FORMACIÓN	ÁREAS/OBJETIVOS	FORMACIÓN
<b>CALIDAD</b>	CURSO OFICIAL IFS FOOD V7	<b>FINANCIERO</b>	COMPRAS
	FORMACIÓN INICIAL LEGIONELLA		ATENCIÓN AL CLIENTE 2100
	FRAUDE SEGÚN IFS		GESTIÓN FISCAL DEL ALCOHOL Y LAS BEBIDAS DERIVADAS
	IFS, FD, MA, PCC y APPCC		ADMINISTRACIÓN
	INSPECTOR APQ		KPI NEW REPORTING
	MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO		IMPUESTOS ESPECIALES SOBRE EL ALCOHOL Y LAS BEBIDAS DERIVADAS
	RENOVACIÓN LEGIONELLA		SILICIE 2
	GESTIÓN PROYECTOS I+D+I		
<b>COMERCIAL</b>	INFORMACIÓN ALIMENTARIA AL CONSUMIDOR	<b>HABILIDADES</b>	DIRECCIÓN EN REMOTO
	AUDITOR INTERNO ISO 9001:2015		MANAGING & LEADING REMOTELY
	2100: ATENCIÓN AL CLIENTE		VIRTUAL TRAINING ON PUBLIC SPEAKING
	ADMINISTRACIÓN COMERCIAL		WSET NIVEL 3
	BUSINESS INTELLIGENCE		PROGRAMA DIRECCIÓN GENERAL
	DIRECTOR COMERCIAL ZCE		VIRTUAL TRAINING ON PUBLIC SPEAKING
	PLAN AMIGO		Good Habitz
	ANÁLISIS DE DATOS COMERCIALES EN GRAN CONSUMO		LEVEL 1 AWARD IN SPIRITS
<b>INFORMÁTICA</b>	COMERCIAL	<b>CORPORATIVO</b>	LEVEL 2 AWARD IN SPIRITS
	SALES TRAINING		WSET NIVEL 2
	CIBERSEGURIDAD		CAP
<b>LEGAL</b>	SAP	<b>MARKETING</b>	EXPERIENCIA 43
	IT & TRANSFORMACIÓN DIGITAL		VISITA LALOMBA
	COMPLIANCE Y PROTECCIÓN DE DATOS		LICOR 43 CONSEJO
	DERECHO GLOBAL DE LA COMPETENCIA		DIRECCIÓN ZAMORA COMPANY ESPAÑA
	CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EN DEFENSA DE LA INDUSTRIA		EL PLAN DE TRADE MARKETING
	CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EN DEFENSA DE LA INDUSTRIA		OFF-TRADE
<b>PREVENCIÓN RIESGOS LABORALES</b>	RESUMEN DE LAS LEYES Y REGLAMENTOS ESTATALES		NIELSEN
	PREVENCIÓN DEL ACOSO Y LA DISCRIMINACIÓN		ON TRADE
	NUEVAS NORMAS DE ACTUACIÓN FRENTE AL COVID		LICOR 43 GLOBAL
	SEGURIDAD Y SALUD EN OFICINAS		GLOBAL MARKETING SPIRITS
			NUEVA OPERATIVA OFF TRADE

Las materias y competencias objeto de las formaciones que se han llevado a cabo en el 2021 han sido las siguientes:

ÁREAS		SUB-AREAS			
<b>MARKETING</b>	Inicial / Básica	Digital			
<b>PRL</b>	Inicial/General y Específica	Plan de Emergencia	Otros profesionales (carretilleros, instalaciones frigoríficas, Legionela ...)		
<b>SUPPLY CHAIN</b>	Logística	Compras	Planificación		
<b>RRHH</b>	Selección	Formación	Gestión Talento	Laboral	Herramientas
	General				
<b>LEGAL</b>	Protección Datos	PRP	Seguridad Datos / Información	Compliance	Mercantil
<b>FINANCIERO</b>	Gestión de Gastos	Gestión Vehículos	Contabilidad	Análisis Financiero	Tesorería
	Impuestos	Gestión de cobros (crédito, impagados ....)	Atención al cliente		
<b>INFORMÁTICA</b>	Ofimática	Aplicaciones y Dispositivos	CRM		
<b>IDIOMAS</b>	Inglés	Francés	Alemán	Español	Otros
<b>CALIDAD</b>	Higiene Alimentaria	(Formación requerida para los responsables)	(Formación requerida para nuestros empleados)	Medio Ambiente	IFS
<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	Estándares (imagen ...)

En base a las materias/competencias técnicas de las formaciones que se han llevado a cabo, se destaca que, durante el presente curso 2021, las formaciones en Prevención de Riesgos Laborales han sido las más impartidas.

Este dato coincide en parte con la situación vivida por la pandemia de la Covid-19, durante la cual todos los empleados han sido formados en conocimientos y protocolos relacionados con esta materia.

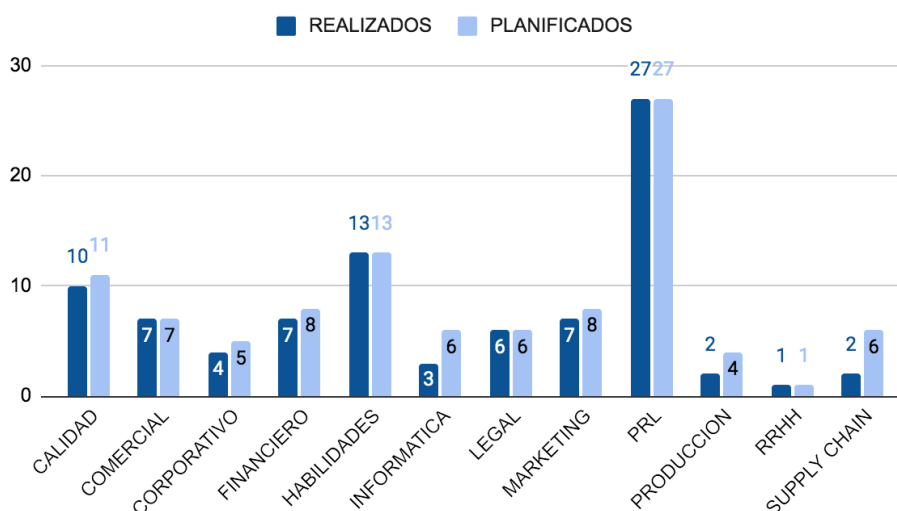
Otra de las materias a destacar han sido las Técnicas /Habilidades; en el presente ejercicio se han formado a más de 90 managers en conceptos claves sobre dirección y liderazgo de equipos.

A continuación, se muestran los **indicadores 2021 de acciones formativas:**

#### Porcentaje de cumplimiento del Plan Previsto

Para el año 2021 se contemplaba la realización de 102 acciones formativas enmarcadas dentro de 12 áreas. Del total planificado, se procedió a la impartición de 89 de ellas, lo que supone el 87% del total.

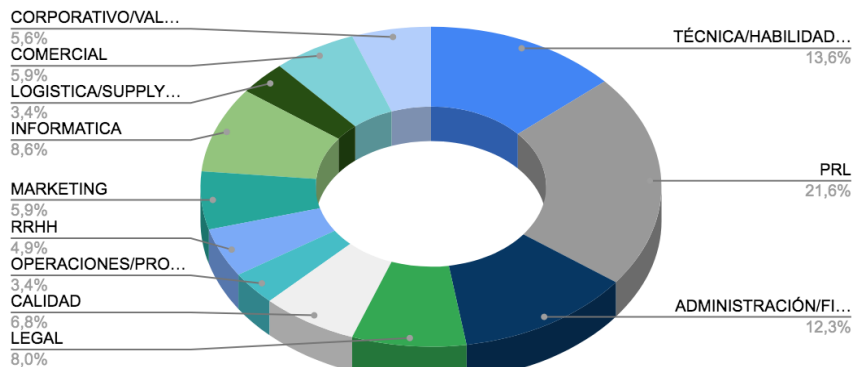
#### OBJETIVOS 2021



Estos datos nos permiten hacer un seguimiento año tras año de las mejoras asociadas a la gestión de la formación de la Compañía. Algunos indicadores de evaluación adicionales del ejercicio 2021 son los siguientes:

- **% de acciones formativas realizadas por área:**

#### Formaciones por materia 2021



Por tanto, a modo de resumen hay que destacar que, del total planificado en 2021, se pudo impartir el 87% de lo previsto, y aún siendo menor el número de

acciones formativas ejecutadas con respecto el ejercicio anterior, supuso un incremento en el total, alcanzando las **6.774 horas** impartidas:

	2020	<b>2021</b>
HORAS	5.298	6.774
PARTICIPANTES	692	836
Nº ACCIONES FORMATIVAS (AF)	222	324
RATIO HORAS POR EMPLEADO	11,37	8,10

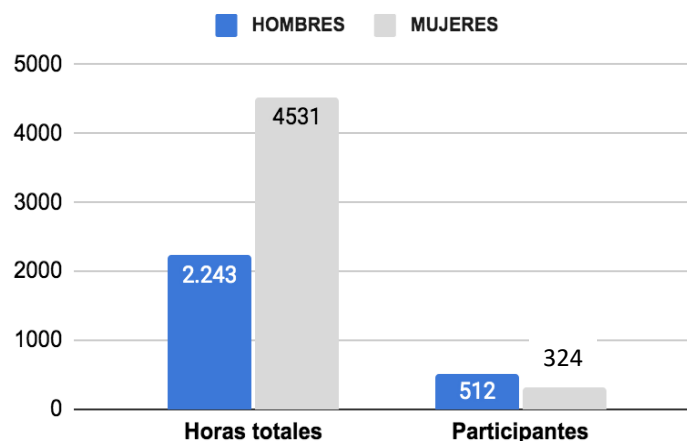
Un 95% de las horas impartidas en 2021 correspondieron a formación externa.

El 5% restante, al que habría que añadir acciones puntuales no contabilizadas en el plan de formación, corresponden a formación interna, especialmente formaciones específicas en Seguridad Alimentaria y Calidad 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.

- **Horas de formación impartidas y participación desglosada por sexo:**

	Horas totales 2020	<b>Horas totales 2021</b>	Participantes 2020	<b>Participantes 2021</b>
HOMBRES	1.589	<b>2.243</b>	452	<b>512</b>
MUJERES	3.709	<b>4.531</b>	240	<b>324</b>



El 67% de las horas de formación han sido recibidas por mujeres.

Una de las políticas fundamentales de Zamora Company es la igualdad de oportunidades. En todas las áreas de su totalidad de centros de trabajo se imparte formación bajo esta premisa. Las solicitudes de formación, llevadas a cabo por los jefes de equipos, tienen como objetivo aportar a todos los miembros, los conocimientos necesarios para desempeñar de manera óptima y eficaz su trabajo.

▪ **Indicadores de formación por categoría profesional:**

La categoría profesional va asociada a la Team Band de cada empleado, es decir, a su banda salarial, diferenciando los siguientes colectivos:

- Directivos: bandas A y B
- Intermedios: banda C
- Empleados: bandas D y E

Indicadores de formación	Directivos		Intermedios		Empleados	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Horas totales impartidas	243	<b>786</b>	1790	<b>913</b>	3265	<b>5074</b>
Horas de formación por empleado	4,11	<b>6,39</b>	24,52	<b>4,33</b>	5,82	<b>10,11</b>

---

### 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:

- Respeto a los derechos de las personas.
- 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 los resultados de indicadores de igualdad y diversidad del ejercicio 2021 y su comparativa con el 2020:

#### **Igualdad de género:**

En 2021, en nuestra plantilla contamos con un colectivo de **183 mujeres**, lo cual representa un **37,58%** del total de empleados, frente al 34,7% del ejercicio anterior.

En 2021 se han incorporado al Comité de Dirección dos mujeres. En los anteriores ejercicios solamente había representación de una mujer.

En 2021, el 17% de los puestos directivos (banda A y B) son ocupados por mujeres. En 2020, este dato fue del 16%.

Sin embargo, aumenta ligeramente el porcentaje de mujeres en puestos intermedios, situándose en el 40% en 2021, frente al 38% en 2020.

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.

Tras los permisos de maternidad y paternidad concedidos en 2021, al igual que en los ejercicios anteriores, el 100% de los empleados se reincorporaron a sus puestos de trabajo.

En el año 2021 los **Planes de Igualdad** se encuentran en estado de elaboración y están constituidas las comisiones de negociación de las empresas principales.

En todas ellas se han dado los pasos pertinentes y se han desarrollado los correspondientes diagnósticos, auditorías retributivas y primeros planes de medidas. En algunos casos, a cierre de 2021 se espera designación de representantes y validación de los documentos elaborados.

En 2022 queremos concluir con la elaboración de los planes para estas sociedades, para progresivamente ir implantando en el resto de las entidades legales.

- **Diversidad funcional:**

En 2021 contamos en nuestra plantilla con 9 empleados con algún tipo de discapacidad, lo cual representa un 1,84%, frente al 1,43% en el periodo 2020.

- **Diversidad cultural:**

En 2021 contabilizamos 16 nacionalidades, siendo un 80,90% de españoles, un 9,24% estadounidenses, un 3,90% italianos y un 1,85% alemanes. El aproximadamente 4% restante corresponde a datos muy atomizados, ya que en la actividad agraria contamos con personal de diferentes procedencias.

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.

En el 2021 se mantienen muy similares los indicadores de diversidad generacional: el porcentaje más elevado, en torno al 67% de nuestros empleados, se encuentran en la franja de edad entre los 30 y los 50 años. Un 17 % por encima de los 50 años, y el menor porcentaje, un 16%, 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

El respeto y la defensa de los derechos humanos es parte de nuestra responsabilidad corporativa y está presente en todas las actividades y en todos los lugares donde el Grupo desarrolla sus operaciones.

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 que atienden a las siguientes **áreas de riesgo en materia de Derechos Humanos**:

- **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.

- **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.

En el caso de España, en la actualidad todos los empleados que forman parte de las diferentes representaciones legales de los trabajadores lo hacen en representación de las organizaciones sindicales más relevantes en nuestro país (UGT y CCOO) y por tanto afiliados a éstas.

- **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.

- **Condiciones de trabajo seguras:**

La salud y seguridad de los trabajadores y de las personas que visitan nuestros centros de trabajo es un eje prioritario como empresa consciente

que garantiza las medidas necesarias para crear condiciones de trabajo seguras y saludables.

Conforme a ello se ha actuado desde 2020 ante la situación provocada por la pandemia, aprobándose medidas excepcionales que ya han sido expuestas en capítulo anterior relativo a cuestiones sociales y de personal (punto 3.3) En este capítulo se incluye asimismo la organización preventiva en Zamora Company para asegurar en todo momento las condiciones de trabajo seguras.

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 para minimizar los riesgos de pérdida o uso indebido de la información.

Este aspecto ha cobrado especial relevancia desde 2020 como consecuencia de la situación de pandemia. Desde el área de Transformación Digital de la compañía se han desplegado actuaciones enfocadas al teletrabajo y medidas para evitar el uso de aplicaciones y soluciones que no ofrezcan garantías y que puedan dar lugar a la exposición de los datos personales de empleados, interesados y servicios corporativos de la organización.

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 aprobó ya en 2020 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.

○ **Medio Ambiente:**

El Grupo mantiene un enfoque preventivo para la protección del medio ambiente y la minimización del potencial impacto ambiental ocasionado en sus centros productivos y derivado de todas sus actividades. 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 medio ambiente.

Somos conscientes de la influencia que ejercemos en nuestro entorno y 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.

Nuestra actividad está ligada al entorno natural y posibilita nuestro negocio, por lo que la protección ambiental constituye uno de los pilares básicos de nuestro propósito como compañía.

Este aspecto se trata de manera específica en el capítulo 2 de este informe dedicado a cuestiones medioambientales y al compromiso de la compañía con el entorno.

○ **Corrupción y soborno:**

El Grupo ha establecido medidas eficaces para evitar y mitigar cualquier actuación contraria a la legalidad o al código de conducta interno.

Se dispone de protocolos para la prevención de delitos de corrupción, incluyendo la extorsión y el chantaje o soborno. Este aspecto se trata de manera específica en el capítulo 5 de este informe.

○ **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.

○ **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.
- 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 está avanzando en este aspecto, sobre el que se aporta más información sobre esta cuestión en el capítulo 6.2. de este informe, relativo a subcontratación y proveedores.

Todos los aspectos anteriores se recogen en el ya mencionado **Código Ético y de Conducta de Zamora Company**, 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.

Según protocolo interno establecido, en el documento '**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.

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.

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.

Como ya se ha mencionado anteriormente, en el capítulo 1.2.2 - Gestión de riesgos y compliance, está previsto en 2022 lanzar un nuevo sistema de comunicación de denuncias. Esta herramienta estará disponible para todos los empleados y compañías que colaboran con el Grupo, y permitirá poner en conocimiento del Comité de Cumplimiento, de manera confidencial o incluso anónima si así lo decide el denunciante, conductas indebidas reales o sospechosas que puedan afectar al Grupo. Esta plataforma cumple con las exigencias derivadas de la Directiva Europea 2019/1937 y la normativa española de desarrollo.

A lo largo de 2021, igual que en los ejercicios anteriores, 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 ha adherido a la **Red Española de Pacto Mundial - 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.

## **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 el capítulo 2 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 **15 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 de manera explícita nuestro **Código Ético y de Conducta**, 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 el punto 3.7. 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, así como a la situación en 2021 en cuanto al desarrollo de los Planes de Igualdad para cada una de las sociedades.

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.

Se dispone del ya anteriormente mencionado **Acuerdo 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, se dispone de un **Protocolo de actuación para la prevención del acoso en el trabajo**.

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.

En el capítulo 6.2. de este informe, correspondiente a subcontratación y proveedores, se aporta información complementaria sobre requisitos hacia la cadena de suministro, incluyendo requerimientos en materia de Derechos Humanos.



## 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 de Conducta.** Este código de conducta interno ha sido comentado en el punto 1.2.2 de este informe, relativo a Gestión de Riesgos y Compliance, y en el capítulo 4 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 Cumplimiento**, cuya composición y funcionamiento han sido modificados en 2021 tal como se ha explicado anteriormente en el punto 1.2.2. de este informe.

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 de este y en su provecho, así como sus representantes y administradores de hecho o de derecho, de acuerdo con 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 en capítulos anteriores de este informe.

Como ya se ha mencionado, en 2021 la compañía no ha recibido ninguna denuncia en materia de corrupción a través de los canales habituales previstos a tal efecto.

- **Sistema Disciplinario.** Es aplicable 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 se aplican 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:

- Sistema de [niveles de autorización de gastos](#) y 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.

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 materia de prevención de riesgos penales.

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.

Las acciones formativas en materia de compliance en 2021 se han centrado en dar a conocer las reglas básicas de la normativa de defensa de la competencia a los equipos de Ventas y Marketing de la Compañía.

En mayo de 2021 se impartió una formación sobre la normativa de competencia al equipo directivo de ventas de Zamora Company España, S.L.U. (Director Comercial y directores regionales). El objetivo de la formación es informar sobre la citada normativa y las prácticas prohibidas por ésta, así como concienciar de las consecuencias de un posible incumplimiento tanto para la compañía como para los empleados.

En los meses de noviembre y diciembre de 2021 se realizó una formación online sobre la misma materia dirigida a los equipos de Ventas y Marketing de Internacional, incluyendo al equipo estadounidense.

En febrero de 2022 está previsto que los equipos de Ventas y Marketing de Zamora Company España, S.L.U. realicen la formación online que irá seguida de la entrega de materiales recordatorio (ya entregados al equipo de Internacional) con las principales pautas de actuación exigidas por esta normativa.

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 objetivo de la acción social de Zamora Company durante 2021 se ha centrado en seguir apoyando iniciativas de ayuda a la población más desfavorecida.

Para ello, y conforme a su **Política de donaciones** se han destinado más de **450.000 €** a las siguientes causas y proyectos de colaboración con distintas entidades sociales:

- Ayudas a familias en situación de vulnerabilidad:
  - Proyecto Respuesta Social (Cruz Roja)
  - Cáritas Parroquiales (Cáritas)
  - Proyecto Vía Inclusión (Fundación Tienda Asilo de San Pedro)
  - Ayuda a los Damnificados por el Volcán de La Palma (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 Activando Capacidades (Cruz Roja)
  
- Formación ocupacional:
  - Cursos de competencias clave: Matemáticas (Fundación Tienda Asilo de San Pedro)
  - Cursos de competencias clave: Lengua (Fundación Tienda Asilo de San Pedro)
  - Cursos de profesionalidad de Atención Sociosanitaria (Fundación Tienda Asilo de San Pedro)
  - Proyecto Pretaller Cocina (Cáritas)
  - Proyecto Pretaller Empleo Hogar (Cáritas)
  
- Infancia en riesgo de exclusión:
  - Proyecto de Promoción del Éxito Escolar de Niños y Niñas en Dificultad Social (Cruz Roja)
  
- Asilo de ancianos sin recursos:
  - Asilo de Ancianos Barrio de la Concepción (Hermanitas de los Pobres)

También se ha participado en varias iniciativas de recogida de juguetes para niños sin recursos y en la iniciativa del Real Club de Regatas de Cartagena, con motivo de la recogida de fondos para la restauración de la cúpula de la Basílica de La Caridad.

Por toda la actividad social desarrollada y las aportaciones realizadas a entidades sin ánimo de lucro, Zamora Company ha recibido un reconocimiento por parte del Ayuntamiento de Cartagena por la colaboración prestada durante la crisis ocasionada la pandemia.

## 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 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 mas 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

Como ejemplos del compromiso que el Grupo sigue manteniendo con el desarrollo sostenible, en 2021 nuestra Bodega Ramón Bilbao ha sido uno de los 46 miembros fundadores y la única bodega española en el comité fundacional de la iniciativa **Sustainable Wine Roundtable**, que trata de dar respuesta al creciente interés del sector por la sostenibilidad y las graves consecuencias del cambio climático. Este hecho supone un paso más en la política sostenible de la bodega, primera en España en certificar tanto sus instalaciones como sus viñedos con el sello Wineries for Climate Protection, y que este mismo año ha lanzado sus primeros vinos procedentes de viñedo ecológico.

También en nuestro camino hacia un legado de futuro responsable con el entorno y con la sociedad, nuestra empresa se ha adherido en 2021 al manifiesto de interés de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), basado en el **plan de recuperación, transformación digital y resiliencia** de la industria a través de una serie de proyectos transformadores, innovadores y sostenibles.

Con esa misma dirección, Zamora Company, junto a FIAB, busca convertir el sector en vanguardia de sostenibilidad, digitalización, eficiencia y competitividad, así como mejorar el impacto ambiental de las empresas, impulsar la economía circular e integrar el aspecto medioambiental en el desarrollo territorial, económico y social.

Adicionalmente, en consonancia con la política de empresa consciente y responsable con el entorno y los grupos de interés, Zamora Company a través de su marca Ramón Bilbao, ha apoyado en este 2021 a la Federación Española del Vino (FEV) en su apuesta por la digitalización en la creación del **Hub de Digitalización y Vino**.

#### 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.

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

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

*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 "Menores: ni una gota. Más de 100 razones para que un menor no beba alcohol".

Esta es la primera campaña que se puso en marcha en España entre el sector productor de bebidas alcohólicas y la administración, con el fin de promover el consumo cero de alcohol en menores.

- o Participación en *Noc-turnos*, programa contra el binomio alcohol y conducción.
- o Campañas de colaboración con distribuidores para el fomento del consumo responsable.
- 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.

En 2021, el Grupo ha reforzado su labor en la defensa del consumo responsable y moderado de vino como parte de una alimentación sana y equilibrada, **incorporándose al patronato de la Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición (FIVIN)**, con el objetivo de potenciar la defensa de los beneficios del vino sobre la salud desde la ciencia.

### 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:

Mantenemos nuestro compromiso de destinar 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 2021, la acción social del Grupo se ha centrado en, seguir apoyando iniciativas de ayuda a la población más desfavorecida, destinando un total de **450.000 euros** a diferentes proyectos de Cáritas, Banco de Alimentos y Cruz Roja, entre otros, dirigidos a ayudar a familias en situación de vulnerabilidad, dotar de hogares a personas sin techo, propiciar alimentos y artículos de primera necesidad, facilitar la inserción laboral y contribuir a la formación ocupacional.

El detalle de estas aportaciones se ha facilitado anteriormente en el **punto 5.2.** de este informe.

También las marcas del grupo demuestran su compromiso a través de sus propias iniciativas de acción social.

Por mencionar algunos ejemplos:

En 2021, desde **Lolea** se donó una parte de sus ventas a la Fundación FERO, una organización privada dedicada al estudio oncológico que se centra en promover y financiar la investigación del cáncer, a través de la campaña digital Cancel para advertir y prevenir el cáncer de piel.

Con el "Proyecto Light Humanity", **Ramón Bilbao** contribuye a la lucha contra la pobreza energética en el Amazonas, proporcionando energía sostenible a las familias a través de lámparas solares, continuando con la filosofía emprendedora y viajera de su fundador.

A nivel internacional, hay que destacar la colaboración con Feeding America, la mayor organización nacional de lucha contra el hambre, en línea con el modelo de Empresa Consciente de la Compañía.

### ♣ Producto local como materia prima:

En el año 2021 se adquirieron **más de 11.000 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.

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 2021 se han mantenido las medidas preventivas para garantizar la máxima seguridad de personal propio y visitantes ante la Covid-19, 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.

Durante el 2021, con una mayor movilidad entre provincias, y siempre aplicando la más estricta normativa para preservar la salud y la seguridad del visitante, 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.

En las bodegas Ramón Bilbao se ofrecen visitas con recorridos guiados, catas, degustaciones y maridajes. Entre las diferentes actividades ofrecidas se encuentran novedades como las rutas en bicicleta eléctrica por los paisajes de viñedo de la Rioja Alta junto con un guía especializado, o el servicio de restauración para el consumidor que Ramón Bilbao abre por primera vez todos

los sábados, ampliando la oferta gastronómica de la bodega y ofreciendo varias opciones de menús con foco en el producto de proximidad.

Para los visitantes que quieran profundizar un poco más en la elaboración del vino y vivir en primera persona la tradicional vendimia nocturna de la denominación de origen, Ramón Bilbao también abre las puertas de su bodega de Rueda durante la vendimia.

### ♣ **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 2021, el Grupo ha mantenido su política de patrocinios en apoyo a la cultura y el arte. Destacan por su relevancia las siguientes:

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

Asimismo, la etiqueta de su última edición limitada ha sido obra del diseñador Moisés Nieto Narváez, uniendo moda y vino, e inspirada en las sobremesas bajo la brisa del Atlántico y el respeto al planeta. El diseñador se ha encargado de confeccionar una selección de prendas, que a partir de ahora vestirá el equipo de la bodega de Rías Baixas, y un peto para 100 sommeliers de algunos de los restaurantes más prestigiosos del país. Todo ello, producido de manera ética y responsable.

También en 2021, la bodega Mar de Frades ha estado presente en **Casa Decor** con una impactante **exposición fotográfica de Enric Gener**, compuesta por diez obras en las que se plantea una reflexión sobre las amenazas que sufre el océano Atlántico como consecuencia de la contaminación de los plásticos.

Como novedad, durante la temporada de invierno, la bodega de Rías Baixas también ha estado presente en Panticosa con **La Cabaña Mar de Frades Garnet Lounge**, que brinda la oportunidad a los fieles del esquí de vivir una experiencia única.

Destaca también un año más la colaboración de Mar de Frades en el **Festival de San Sebastián 2021**.

Por su parte, Bodegas Ramón Bilbao continúa en este año 2021 afianzando su proyecto **Spanish Wine Academy**, la plataforma de formación y difusión de la cultura del vino español cuyo objetivo pasa por educar sobre cultura enológica a nivel consumidor y experto, mostrando la calidad y la diversidad de los vinos españoles, de una forma global y transversal a través de diferentes actividades, programas y herramientas tanto en España como a nivel internacional.

Como novedad, en 2021 se ha celebrado la primera edición de los **Premios “Juli Soler”**, que impulsados por Spanish Wine Academy de Ramón Bilbao y creados por Madrid Fusión The Wine Edition, ha reconocido a seis jóvenes talentos de entre 50 candidatos.

Bodegas Ramón Bilbao ha sido también un año más patrocinador de la **Filarmónica de Madrid** y de la fiesta de los **premios Condé Nast Traveler**.

Por su parte, Licor 43 ha sido patrocinador de los **premios Mujer hoy**, dentro del compromiso con la moda, la cultura y el arte del Grupo Zamora Company.

En el plano internacional, es patrocinador principal del **2020-2022 World Coffee In Good Spirits Championships (WCIGS)**.

También en el plano internacional y con el fin de apoyar el arte y promocionar a artistas emergentes, en el 2021, Martin Millers Gin ha sido patrocinador de **The Affordable Art Fair** en Reino Unido y Suecia, y de **The Association of Women in the Arts (AWITA)**. Esta última fundada en el 2016 con el objetivo de crear una comunidad de apoyo de mujeres profesionales que trabajan en las artes.

Desde el Grupo Zamora también se apoya la gastronomía con Villa Massa como patrocinador de la **Gala de la Guía Michelin España Portugal**.

Por último, mencionar la campaña denominada **“Brindar contigo, nuestro mejor regalo”**, desarrollada durante las fiestas navideñas desde Zamora Company con el propósito de dinamizar el consumo en locales hosteleros, así como de poner en valor el empeño y vigor de un sector tan relevante en la forma de vida y en la economía de nuestro país.

## 6.2. Subcontratación y proveedores

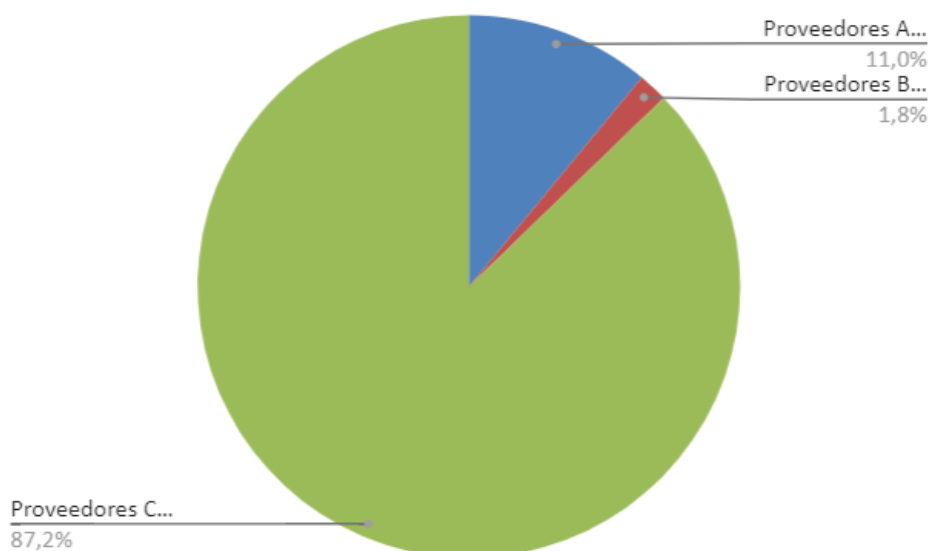
La actividad de Grupo hace que la cadena de suministro sea uno de los pilares más importantes dentro la compañía. La buena gestión y el valor que aporta la misma, es sin duda, una de las piezas claves del éxito de la organización, y por ello las políticas, procedimientos, e iniciativas que inciden sobre la cadena de suministro, son objetivo de mejora continua año a año.

En 2021 el parque de proveedores de Zamora Company se compone de algo más de 1.000 proveedores, sumando proveedores de productos y servicios, y un importe total de compras superior a los 30 millones de euros.

Como primera clasificación podemos indicar que los proveedores de servicios suponen 1/3 de las compras de la compañía y los proveedores de productos 2/3 de la misma.

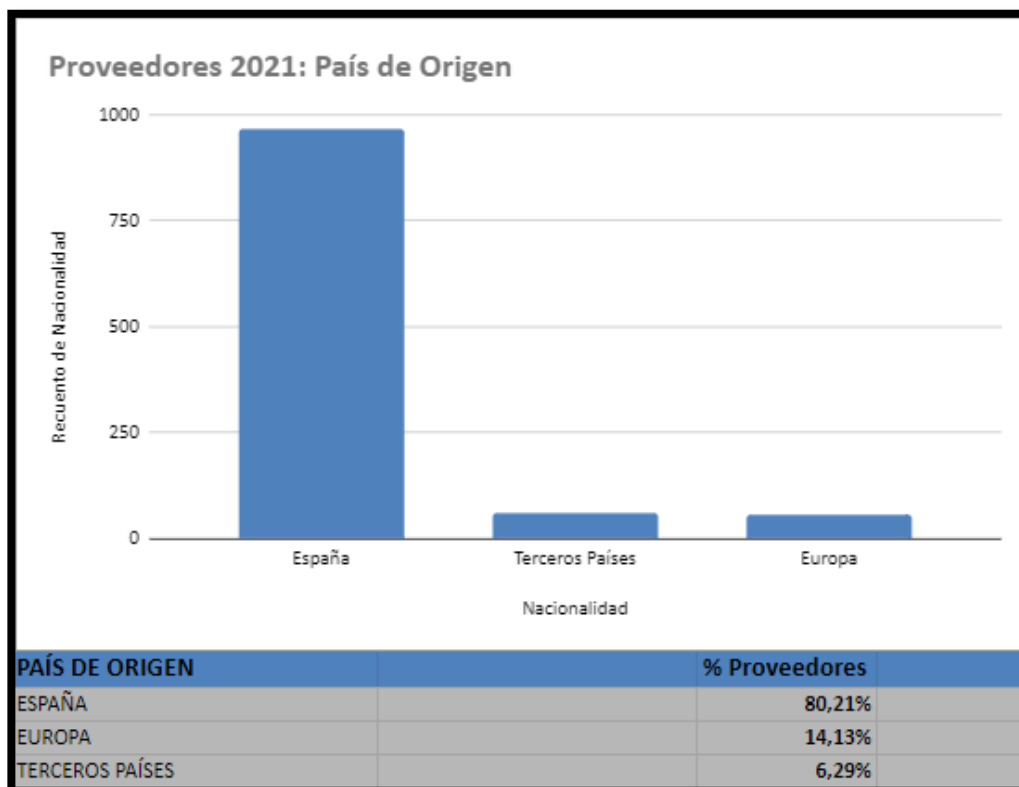
A continuación, se muestra de manera gráfica la clasificación por facturación:

Clasificación ABC	
Proveedores A >1.000.000€	11,00%
Proveedores B >500.000€<1.000.000€	1,76%
Proveedores C >500.000€	87,25%



Observando la cadena de suministro de Zamora Company, vemos claramente su apuesta por los proveedores locales dentro del ámbito español y/o europeo, como estrategia de abastecimiento y contratación, acorde con el compromiso de sostenibilidad en el caso de las compras de materiales y la relación directa

de los mismos con la logística y recursos necesarios para la recepción de dichos materiales, ya sean materias primas, materiales de packaging, u otros, como se puede apreciar en el siguiente gráfico.



Para la elaboración de la estrategia de compras, se han evaluado tanto los posibles riesgos de suministro, asociados a plazos de entrega, distancia para el tránsito logístico, seguridad, competitividad, innovación, calidad concertada, etc., como los riesgos sociales y ambientales, como el cumplimiento del Código Ético por parte del proveedor, de los Derechos Humanos, emisiones de GEI, medición de la huella de carbono, etc.

Zamora Company tiene una clasificación de proveedores por tipologías de productos y servicios, separadas en 43 categorías diferentes y cuyos impactos son muy diversos. Para la selección, homologación, contratación y gestión de estos, la compañía cuenta con un **Código Ético** (ya mencionado en capítulos anteriores de este informe) y con un **Procedimiento de Compras y Homologación de Proveedores**.

El **Código Ético** de la compañía recoge de manera explícita sus pautas de actuación en las compras y contrataciones, y los 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 pautas 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 mencionado **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 en 2021 se ha trabajado en la mejora de herramientas de análisis y metodología unidas al Plan Director realizado por la compañía, proceso de mejora del funcionamiento, herramientas, metodología, procesos y gestión del sistema ERP elegido por la compañía e implantado en 2019 (SAP).

Una de las mejoras destacadas dentro de este Plan Director es el desarrollo del Módulo de Calidad, con la implantación de las herramientas necesarias para el

correcto tratamiento de los proveedores en nuestro sistema, la mejora de la trazabilidad y de las comunicaciones con los proveedores relativas a especificaciones de productos, lotes, información, tramitación de incidencias y otros.

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.

El 100% de los proveedores de Zamora Company deben cumplir el Código Ético y regirse por el Procedimiento de Compras y Homologación de Proveedores. Dentro de dicha consideración, son de especial tratamiento para Zamora Company, los proveedores considerados como proveedores clave, proveedores de diferentes tipologías destacados por su importancia e impacto en la cadena de suministro.

Es precisamente sobre estos proveedores clave, sobre los que más está desarrollando la compañía acciones específicas de seguimiento, control y evaluación. En 2021 hemos comenzado a trabajar con el **Modelo de compras sostenibles de Zamora Company**, basado en la identificación, control y seguimiento de **riesgos ambientales y sociales** en la cadena de suministro.

Hemos trabajado en las siguientes fases:

- **FASE 1:** Identificar qué proveedores de Zamora Company son referentes en sus correspondientes mercados respecto a sus compromisos con la sostenibilidad (analizando políticas, certificaciones, compromisos), y que por tanto, son teóricamente prescriptores de dichas políticas o actividades para el resto de sus competidores, dentro de los mercados competitivos donde operan.

Fruto de esta primera fase, Zamora Company identificó 26 proveedores dentro de ese grupo, a los que se les solicitó documentación, que fue evaluada, aprobada y calificada por nuestro Departamento de Compras y de Calidad. Esto supone una evaluación positiva de aproximadamente un 2,5% de los proveedores de la compañía.

Como resultado de dicho análisis, destacamos tres proveedores ejemplares y sus correspondientes certificaciones o parámetros ambientales y sociales:

- VERALLIA SPAIN, S.A.: Certificación ISO 14001. Cumplimiento vigente. Compromiso de adquisición a corto plazo/medio plazo.
- SMURFIT KAPPA ESPAÑA, S.A.: Política Sostenible y Forestal. Cumplimiento vigente. Compromiso de adquisición a corto plazo/medio plazo.

- TEREOS FRANCE: Carta Compromiso Ético. Acuerdo Estratégico de suministro de fructosa para producir bioplástico PEF en base a FDCA.
  
- **FASE 2:** La siguiente fase, para desarrollo en 2022, nos permitirá ampliar dicho estudio a todos los proveedores de tres grandes grupos, identificados como **Grupos Clave**, dentro de este modelo específico de compras sostenibles. Se identifica a estos Grupo Clave en base a dos parámetros: uno, estar dentro de los grupos principales de compras, definidos como estratégicos para el departamento en base al Plan Estratégico de Compras, y dos, por considerarse de mayor relevancia desde el punto de vista de riesgos relativos a la sostenibilidad. Los tres Grupos Clave identificados son:
  - 1) **Proveedores de material Packaging:** engloba a todos los proveedores de Zamora Company suministradores de materiales de envase y embalaje de nuestras listas de materiales de productos, ya sean embalaje primario, secundario o terciario, como parte del proceso productivo necesario para la elaboración de estos.
  - 2) **Proveedores de materia prima:** engloba a todos los proveedores de materia prima del Grupo, que componen nuestras listas de ingredientes de nuestros productos, bien como ingredientes principales, secundarios, o incluso los de uso muy limitado.
  - 3) **Proveedores de material publicitario, VAPS, POS:** engloba proveedores que suministran cualquier tipo de material publicitario o de consideración merchandising, que puedan ser parte o no de packs promocionales con productos de Zamora Company, o bien materiales destinados a la promoción, visibilidad o cualquier tipo de acción de marketing de la compañía.

Cabe resaltar que la suma de la compra a estos tres Grupos Clave se acerca a los 2/3 de la compra de la compañía en valor monetario, por lo que, además de ser estratégicos para la compañía también por razones de sostenibilidad, son muy destacados dentro del conjunto de todas las compras de Zamora Company.

Para la realización de esta fase se solicitará toda la información necesaria a todos los proveedores incluidos en estos Grupos Clave, para su posterior análisis y evaluación. Una vez realizado el análisis, se establecerán unos criterios de puntuación y valoración en base a estos factores de sostenibilidad, ambientales y sociales.

Los siguientes pasos se definirán en 2022 para continuar avanzando en esta línea.

Estamos inmersos en una transformación de las relaciones con nuestros proveedores, con los que adoptamos planes de trabajo conjuntos y de colaboración, fomentando la **mejora continua**. Estos planes tienen **4 pilares fundamentales**:

- 1) Relaciones a largo plazo, **PARTNER**, para alcanzar objetivos comunes con la mirada puesta en el futuro, no en la inmediatez de los resultados.
- 2) **Innovación** como guía para la mejora de la competitividad
- 3) La **sostenibilidad** como compromiso mutuo y objetivo común destacado.
- 4) El total **compromiso social** en nuestras actividades.

En el capítulo 2 de este informe, relativo a **Cuestiones medioambientales**, se han mostrado ya algunos de los acuerdos y actuaciones con proveedores destacadas en 2021, por su gran impacto positivo respecto al **uso de materiales**, concretamente proyectos enfocados a las botellas de vidrio, cartón ondulado, materiales plásticos, material publicitario sostenible, o palets a través de un modelo logístico eficiente y sostenible, todo ello fruto del nuevo modelo de compras y de un trabajo colaborativo con nuestros suministradores que seguiremos afianzando en el futuro.

### 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 ende, 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 2021 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.

#### Auditorías de calidad y seguridad alimentaria **internas**:

Cartagena, 3 jornadas  
Haro, 4 jornadas  
Dicastillo, 3 jornadas  
Meis (Mar de Frades), 1 jornada  
Sorrento (Italia), 3,5 jornadas

#### Auditorías de calidad y seguridad alimentaria **externas**:

Cartagena, 4 jornadas  
Haro, 3 jornadas  
Dicastillo, 4 jornadas  
Sorrento (Italia), 2 jornadas

En el caso de Cartagena, la puntuación de la auditoría IFS respecto a 2020, ha bajado a nivel básico debido a las mayores exigencias de la nueva versión de IFS. En Haro se han mantenido los niveles de certificación alto en BRC e IFS, y en el centro de Dicastillo también se mantuvo el nivel básico en la 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.
- Cuestionarios y encuestas específicos.
- Recopilación y análisis de datos de rendimientos.
- Grupos de discusión, presentaciones en ferias, trabajos técnicos-científicos y literatura especializada.
- Informes de organizaciones de consumidores u otras organizaciones.
- Estudios del sector, de mercado y de posición competitiva.

Como resultados del análisis de quejas y comunicaciones en el ejercicio 2021 y de manera comparativa con el 2020 se han obtenido los siguientes datos:

Indicadores de calidad / relación con clientes	2021	2020
• Número de reclamaciones justificadas	66	47
• Número de reclamaciones justificadas por millón de litros producidos	2,79	2,62

El indicador de número de reclamaciones por millón ha subido respecto de 2020 debido fundamentalmente a dos factores; por una parte, seguimos ejerciendo un mayor control y clasificación de las incidencias relacionadas con el cliente, mejorando nuestros procesos internos de recepción y gestión de comunicaciones.

Asimismo, hay que tener en cuenta la situación particular de dos de nuestras marcas que han condicionado el resultado de los indicadores: Villa Massa, por cierre del canal de distribución debido a la pandemia y que ha provocado muchas reclamaciones asociadas a envejecimiento del producto, y Licor 43 Orochata, ya descontinuado pero que sigue generando reclamaciones también por envejecimiento.

Las reclamaciones recogidas por Zamora Company en 2021 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 las 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.

Desde el área de transformación digital, en cuanto a la interacción con nuestros consumidores, se ha actualizado la estrategia de campañas de e-mail sofisticando el envío automatizado, aumentando el porcentaje de lectura y evitando impactar repetidamente a los mismos destinatarios.

Asimismo, se abordan dos desarrollos para optimizar la gestión de reclamaciones: por un lado, se activa un módulo de gestión de reclamaciones interno, y por otra parte, se integra este sistema con los entornos web de cada marca. De esta manera, se podrá trazar las reclamaciones y medir el tiempo de respuesta u otra información relevante.

### 6.3.3. Innovación sostenible

El Grupo Zamora Company dispone de un nutrido portfolio de referencias que satisfacen diferentes expectativas de consumidores; seguimos avanzando en ello apostando por productos innovadores que siguen cosechando premios.

En el año 2021, poniendo de manifiesto la adaptación a las demandas del consumidor y con el fin de satisfacer con su selección de marcas las tendencias de consumo, en la compañía se ha seguido apostando por la innovación con nuevos lanzamientos enfocados en dar respuestas ágiles y de calidad a las variables de mercado.

**Ramón Bilbao** ha lanzado su primera línea de vinos ecológicos. La **gama Organic** es la culminación de una apuesta por la sostenibilidad, que supone un paso más en nuestro camino de empresa consciente. Está formada por dos variedades, Ramón Bilbao Organic Rioja 2019 y Ramón Bilbao Organic Rueda 2020.

Por su parte, Lolea ha lanzado al mercado su variedad N°1 en formato lata, que la convierte en el aperitivo perfecto fácil de llevar, refrescante, lleno de sabor y listo para tomar.

En la categoría de espirituosos, el nuevo **Martin Miller's Summerful Gin**, así como **Villa Massa Amaretto** y **Villa Massa Giardino** son otras de las innovaciones que se suman al portfolio de Zamora Company.

En 2021 también llega a España **Yellow Rose Harris County**, un bourbon artesanal producido a partir de la doble destilación de maíz amarillo texano, consiguiendo un equilibrio perfecto entre lo dulce y lo picante. Añejado durante 30 meses en barricas de roble blanco americano, se destila de forma artesanal, sin automatización en ningún momento del proceso.

Otro ejemplo de innovación es el nuevo sabor manzana de **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.

Asimismo, añadimos otros dos nuevos productos innovadores a la **gama de cócteles enlatados: Licor 43 Milk y Licor 43 Nitro & Coffee.**

Por último, con motivo del 75 Aniversario de la marca, se ha presentado la edición limitada **Licor 43 Chocolate** una fusión de edición limitada de Licor 43 Original con cacao 100% de origen sostenible, a través de un proveedor perteneciente al programa "Cocoa Horizons", que impulsa la prosperidad de los cultivadores de cacao y ayuda a construir comunidades agrícolas autosuficientes que protegen la naturaleza.

Todas las marcas de la compañía figuran en las posiciones más altas de las principales guías de España, por encima de los 90 puntos. Ramón Bilbao, por



ejemplo, en 2021 revalidó su inclusión por tercer año consecutivo en la lista de las 50 marcas de vino más admiradas de la publicación “Drinks International”, un índice donde figuran las bodegas más importantes del mundo.

Asimismo, Zamora Company ha recibido **más de 40 premios y reconocimientos durante el año 2021**.

Nuestros productos han conquistado a jurados como los de los San Francisco World Spirits Competition, SIP Awards, los premios Bacchus de la Unión Española de Catadores o los International Wine Challenge Merchant Awards España.

Martin Miller's Gin, Licor 43, Yellow Rose y Villa Massa han sido las marcas de espirituosos con más palmarés este 2021, mientras que Ramón Bilbao, Lalomba y Mar de Frades lo han sido en la división de vinos.

Entre los productos más premiados están los productos innovadores. En los SIP Awards han sido premiados Licor 43 Fresco Lemon y Licor 43 Horchata.

Licor 43 Horchata ha logrado un oro en la categoría de licores sin lactosa, otro oro con Licor 43 Fresco Lemon y una medalla máster con Carajillo 43 en The Liqueur Masters 20.

Licor 43 Horchata ha resultado elegido ‘Producto del año 2021 en Holanda.

La innovación forma parte del ADN de Ramón Bilbao que cuenta entre sus productos con **Sal Rosé**, una innovadora y original sal líquida que incorpora los aromas de su Rosado y con la que se adentra en el mundo de la gastronomía.

Hay que destacar también los **vinos certificados veganos de Mar de Frades** y la variedad orgánica de Lolea, **Lolea Garnacha**.

Por otra parte, desde los sectores del vino y las bebidas espirituosas se ha lanzado una **innovadora iniciativa para el etiquetado digital** de sus productos que brinde a los consumidores de la UE una información completa y multilingüe con solo un clic a través d códigos QR.

La plataforma permite que cualquier empresa de vinos o bebidas espirituosas, independientemente de su tamaño, brinde a los consumidores de la UE información relevante, estandarizada y detallada como el listado de ingredientes, información nutricional, pautas de consumo responsable e información sobre sostenibilidad.

El desarrollo de esta **etiqueta ‘U-LABEL’** ha sido posible gracias a la colaboración entre las asociaciones europeas de ambos sectores: CEEV y Spirits Europe, y sus respectivas asociaciones nacionales en los distintos países, entre las que se encuentran la Federación Española del Vino (FEV) y Espirituosos España, a las que el Grupo Zamora Company pertenece.

#### 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.

Respecto al uso de dispositivos móviles, ya desde 2019, se cuenta con las directrices específicas ya mencionadas anteriormente, *Bring Your Own Device*, como anexo de la Política de Sistemas de Seguridad.

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 y del 2021 no se detectaron incidencias relativas a la seguridad de la información.

## 6.4. Información fiscal

- **Beneficio consolidado después de impuestos**

A continuación, se detallan los beneficios de 2020 y 2021 de acuerdo con las Cuentas Anuales Consolidadas de los correspondientes ejercicios:

Países	AÑO 2021 Resultado después de Impuestos (BDI) (€)	AÑO 2020 Resultado después de Impuestos (BDI) (€)
<b>Nacional</b>	19.280.681	(4.293.934)
<b>Intracomunitario</b>	29.739	60.496
<b>Resto del Mundo</b>	(2.762.633)	(8.935.591)
<b>TOTAL</b>	<b>16.547.787</b>	<b>(13.169.029)</b>

- **Gasto del impuesto consolidado sobre sociedades**

A continuación, se detalla el desglose del saldo del gasto por impuesto sobre sociedades de acuerdo con las Cuentas Anuales Consolidadas de los ejercicios 2020 y 2021:

	AÑO 2021	AÑO 2020
<b>Nacional</b>	(4.843.315)	(1.712.316)
<b>Extranjero</b>	(655.338)	(217.371)
<b>Ajustes impositivos derivados del proceso de consolidación</b>	(1.693.274)	4.085.849
<b>TOTAL</b>	<b>(7.191.927)</b>	<b>2.156.161</b>

- **Subvenciones públicas recibidas:**

El saldo final de las subvenciones públicas recibidas por la compañía en 2021 fue de 2.571.497 euros.

El desglose de estas subvenciones por Entidades Otorgantes es el siguiente:



Entidad otorgante	Origen	2021								
		Saldo inicial	Aumento / Disminución	Efecto fiscal	Ahas	Ahas por variación de perímetro	Efecto fiscal	Inputación a resultados	Efecto fiscal	Saldo final
Instituto de Fomento de la Región de Murcia	Administración autonómica	188.326						(20.075)	5.019	173.270
Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja	Administración autonómica	1.283.261			42.647		(10.314)	(216.131)	47.382	1.146.845
Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León	Administración autonómica	901.485						(83.440)	20.860	838.905
Centros para el Desarrollo Tecnológico Industrial	Estatal	72.018						(96.025)	24.007	-
Xunta de Galicia	Administración autonómica	423.160						(21.260)	10.577	412.477
Otros	Otros	4.167						(5.556)	1.389	-
		2.872.417	-	-	42.647	-	(10.314)	(442.487)	109.234	2.571.497

## ANEXO Tabla de contenidos de la Ley 11/2018

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI	Cap. 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 102-15	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 estos, 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 103-2 Enfoque de gestión de cada ámbito	2.1.
	- Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.		2.1.
	- Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.		2.1.
	- Aplicación del principio de precaución.	GRI 102-11	2.1.

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI	Cap. EINF
	- Provisiones y garantías para riesgos ambientales.	GRI 103-2	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 103-2 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 103-2 Efluentes y residuos GRI 306-2 GRI 306-3	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 GRI 303-5	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 103-2 Emisiones	2.4.
	Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones GEI y medios para tal fin.	GRI 103-2 Emisiones	2.3 y 2.4.
Protección de la biodiversidad	Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 103-2 Biodiversidad	2.5.
	Impactos causados por la actividad.	GRI 304-2	2.5.
<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 405-1	3.1.

<sup>1</sup> El alcance de la información abarca un perímetro del 98,6% del grupo en el ejercicio 2021, equivalente a 487 empleados de los 494 contabilizados entre las sociedades nacionales e internacionales incluidas.



Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI	Cap. EINF
	- 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 103-2 Empleo	3.1. y 3.2.
	- Empleados con discapacidad.	GRI 405-1	3.1.
Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 103-2 Empleo	3.2.
	- Número de horas de absentismo.	GRI 403-9	3.3.
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 103-2 Empleo	3.7 y 4.3.
Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 103-2 Salud y Seguridad	3.3.
	- Indicadores de siniestralidad desagregados por sexo.	GRI 403-9	3.3.
	- Enfermedades profesionales.	GRI 403-10	3.3.
Relaciones Sociales	- Organización del diálogo social.	GRI 103-2 Relaciones trabajador-empresa	3.4.
	- Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo.	GRI 102-41	3.4.

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI	Cap. EINF
	- Balance de los convenios colectivos en el campo de la salud y seguridad en el trabajo.	GRI 102-41	3.3.
Formación	- Políticas de formación.	GRI 103-2 Formación y enseñanza GRI 404-2	3.5.
	- Horas totales de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1	3.5.
Accesibilidad	- Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 103-2 Diversidad e igualdad + No discriminación	3.6.
Igualdad	- Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.	GRI 103-2 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 103-2 Evaluación de derechos humanos + Libertad de asociación y negociación colectiva + Trabajo infantil + Trabajo forzoso u obligatorio + Privacidad	4 y 6.3.5.
	- Medidas de prevención y gestión de los posibles abusos cometidos.		4
	- Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.		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.

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI	Cap. EINF
<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 103-2 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 GRI103-2	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 103-2	6.2.
	- Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	GRI 103-3 GRI 102-9	6.2.
	- Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	Prácticas de adquisición	6.2.
Consumidores	- Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	GRI 103-2 Salud y seguridad en clientes GRI 102-9	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 103-3 Desempeño económico	6.4.
	- Impuestos sobre beneficios pagados.		6.4.
	- Subvenciones públicas recibidas.	GRI 201-4	6.4.





KPMG Asesores, S.L.  
Pº de la Castellana, 259 C  
28046 Madrid

## **Informe de Verificación Independiente del Estado de Información no Financiera Consolidado de Diego Zamora, S.A. y sociedades dependientes del ejercicio 2021**

A los Accionistas de Diego Zamora, S.A.:

De acuerdo con el artículo 49 del Código de Comercio, hemos realizado la verificación, con un 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 2021, de Diego Zamora, S.A. (en adelante, la Sociedad dominante) y sus sociedades dependientes (en adelante el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión consolidado de 2021 adjunto del Grupo.

El contenido del Informe de Gestión consolidado 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 el anexo "Tabla de contenidos de la Ley 11/2018" incluido en el Informe de Gestión consolidado adjunto.

### **Responsabilidad de los Administradores**

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante. 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 de acuerdo con lo mencionado para cada materia en el anexo "Tabla de contenidos de la Ley 11/2018" que figura en el citado Informe de Gestión consolidado.

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 la Sociedad dominante 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 Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las normas internacionales de independencia) 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 profesional, diligencia, confidencialidad y profesionalidad.

Nuestra firma aplica 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.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión 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 y de la Revisión de Información Financiera Histórica" (ISAE 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 aseguramiento limitado los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de aseguramiento 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 y áreas responsables de la Sociedad dominante 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 de la Sociedad dominante 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 2021 en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad dominante y descrito en el apartado "1.3. Nuestros asuntos materiales", 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 2021.
- Revisión de la información relativa con los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación con los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2021.

- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 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 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 2021, no haya 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 y de acuerdo con lo mencionado para cada materia en el anexo “Tabla de contenidos de la Ley 11/2018” del citado Informe de Gestión consolidado.

## Otras cuestiones

---

Con fecha 25 de mayo de 2021 otros verificadores emitieron su informe de verificación independiente del Estado de Información no Financiera consolidado de Diego Zamora, S.A. y sociedades dependientes del ejercicio 2020 en el que expresaron una conclusión favorable.

## 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.

KPMG Asesores, S.L.



Patricia Reverter Guillot

20 de mayo de 2022

