



# **Estado De Información No Financiera Consolidado del Ejercicio 2022**

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

## Índice de contenidos

1.	<i>MODELO DE NEGOCIO</i>	4
1.1.	La compañía y su entorno empresarial	4
1.2.	Organización y estructura	11
1.3.	Nuestros asuntos materiales	16
2.	<i>CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES</i>	22
2.1.	Impactos ambientales y procedimientos de evaluación	22
2.2.	Economía circular y prevención y gestión de residuos	26
2.3.	Uso sostenible de recursos	29
2.4.	Contaminación atmosférica y cambio climático	38
2.5.	Protección de la biodiversidad	41
3.	<i>CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL</i>	44
3.1.	Empleo	45
3.2.	Organización del trabajo	52
3.3.	Salud y seguridad laboral	54
3.4.	Relaciones sociales	57
3.5.	Formación	58
3.6.	Accesibilidad universal	63
3.7.	Igualdad y gestión de la diversidad	64
4.	<i>RESPECTO A LOS DERECHOS HUMANOS</i>	68
4.1.	Diligencia debida en materia de derechos humanos	68
4.2.	Promoción y cumplimiento de los convenios de la OIT	72
4.3.	Eliminación de la discriminación en el empleo	73
4.4.	Eliminación del trabajo forzoso y el trabajo infantil	74
5.	<i>LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO</i>	76
5.1.	Prevención de la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales	76
5.2.	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	80
6.	<i>SOCIEDAD</i>	83
6.1.	Compromiso con el desarrollo sostenible	83
6.2.	Subcontratación y proveedores	90
6.3.	Clientes y consumidores	97
6.4.	Información fiscal	105
	<i>ANEXO Tabla de contenidos de la Ley 11/2018</i>	<i>107</i>

## **Presentación del Estado de Información No Financiera del Grupo Zamora Company 2022**

El presente informe de Estado de Información no Financiera (EINF) del ejercicio 2022 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 2022. 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, Pacharán 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 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 2022 para la totalidad del Grupo, ha sido de 20.840.207 euros.

En términos de personal, al finalizar el ejercicio 2022, la plantilla estaba formada por 536 personas; a efectos de este informe se dispone de datos relativos a 531 personas (99,1% de la plantilla), un 85% en territorio nacional y un 15% 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, lema, visión y misión** han sido revisados durante 2022 en el ejercicio del plan estratégico para los próximos años, quedando definidos de la siguiente manera:

- **Compromiso:** está en el ADN de nuestra compañía. Actuamos con responsabilidad ante nuestros equipos, accionistas, clientes y consumidores. En la toma de cada decisión y en la ética de nuestras acciones. Trabajamos por una sociedad mejor y más sostenible.
- **Independencia:** Somos, y queremos seguir siendo, una empresa familiar. Tenemos el control de nuestras decisiones y somos responsables de los resultados que alcanzamos y del legado que dejamos.
- **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, que en este 2022 ha incluido el concepto de Empresa Consciente:

#### **"Unique Wine & Spirits Brands, Global passionate Team, Family-Owned Conscious Company"**

- **Unique Brands:** Nuestro objetivo es crear, desarrollar y comercializar **marcas premium** de vinos y licores, **únicas, deseadas** por los consumidores y **diferenciadas** de los competidores. Nuestras **marcas** son el **alma** de nuestra compañía. Nuestro portfolio es **nuestro ADN**. No sirve cualquier marca. Ya sean propias y desarrolladas internamente o adquiridas deben ser siempre diferenciadas.
- **Global passionate Team:** Comprometidos, orgullosos y muy apasionados con nuestro trabajo. Un amplio **equipo internacional y diverso**, con **demostrado talento multidisciplinar** y enfocado totalmente en el desarrollo de negocio, sin dejar nunca de lado sus **grandes valores humanos**. Aquí cada persona cuenta, y su **compromiso honesto** se suma a la del resto del equipo, **de forma abierta y colaborativa**, para ir siempre un poco más allá.

- **Family-Owned Conscious Company:** Somos una **empresa familiar**, con profundas raíces e historia y **fuertes valores éticos y morales**. Tenemos **vocación de continuidad y permanencia**. Queremos **dejar nuestra impronta y un legado** a las próximas generaciones. Estamos comprometidos en **generar valor a largo plazo**, ayudando a construir una **sociedad mejor, más sostenible y resiliente**. Somos **reconocidos y respetados** por actuar siempre con **responsabilidad ante** los diferentes **grupos de interés** con los que interactuamos **allí donde estamos**.

De forma coherente con lo anterior, el Grupo revisa y redefine durante 2022 su misión y visión de la siguiente manera:

- **Misión:** *Crear, desarrollar y comercializar **marcas premium** de vinos y licores, **únicas, deseadas** por los consumidores y **diferenciadas** de los competidores.*
- **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**.*

La compañía se encuentra todavía en fase de análisis de su visión, en paralelo al nuevo plan estratégico, proceso que culminará en 2023.

Por otro lado, a lo largo del 2022, el Grupo ha avanzado en la definición y aprobación de ese nuevo plan estratégico a futuro, pero en el marco del plan anterior, vigente a efectos prácticos durante todo 2022. Se ha hecho un ejercicio de Bottom-up para ayudar a lograr un cambio cultural y organizacional, con el objetivo de hacer, a través de cinco puntos clave, una transición hacia las nuevas formas de trabajo de una compañía global ágil:

1. Un diálogo / desafío de valor entre marcas y mercados que asegure estar alineados.
2. Fomentar la colaboración y el trabajo en equipo, evitando silos organizacionales.
3. Facilitar el acceso transparente a la información relevante para la toma de decisiones, basadas en conocimiento y datos objetivos (con una sola fuente), la fertilización cruzada y la extensión de casos de éxitos, y la mejora de nuestro negocio internacional.
4. Apoyados en una estructura y modelos de negocio de control de gestión definido y el apoyo de marcas y mercados.
5. Establecer mecanismos para llegar a ser One Agile Global Company

Todo ello ha apoyado los **pilares estratégicos** básicos del actual plan estratégico 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 a realizar por sus propietarios, que permitan un incremento de volúmenes y de márgenes.
- Se establecen criterios de rentabilidad de marca.

- **Innovación:**

- El grupo continúa considerando en 2022 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 toma de marcas incipientes para su desarrollo, 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 este último año hemos consolidado el **proyecto de transformación e innovación**, el cual 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:

- 1. 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 2022, la compañía ha seguido avanzando en los planes de igualdad.
- 2. 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, hemos afianzado 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 ha explotado esta información para ayudar a la toma de decisiones, ya que obtenemos información tanto de marcas del grupo como de competidores.

El 2022 ha sido un año marcado por una leve recesión en el consumo, que se sintió suave a pesar de todas las condiciones geopolíticas y desafíos económicos. Se siente que la confianza económica mundial en los próximos 3 años sea fuerte, habiendo un optimismo en el crecimiento de la compañía y la economía mundial, teniendo en 2022 un cierre de ventas récord, estando la compañía confiada y preparada para superar los desafíos que puedan acontecer en un posible leve periodo de recesión en el consumo, habiendo desarrollado un plan estratégico para los próximos tres años que nos ayude a afrontarlo.

Nuestro modelo de negocio ha sido revisado para tener una nueva organización más resiliente y adaptada a las tendencias que están impulsando la industria de bebidas espirituosas y vinos en esos años, como son:

- La diversificación
- El comercio electrónico ya que la penetración del canal online continúa creciendo en línea con años anteriores y además es un escaparate para que nuevos consumidores se documentan e informan.
- Los hogares sofisticados, debido a que el consumidor después de la pandemia pasa más tiempo en el hogar.
- Moderación en las ocasiones de consumo y en el tipo de productos, incrementando la aparición de productos sin alcohol o de baja graduación donde nosotros nos seguimos adaptando a la demanda del

consumidor ofreciendo en nuestro portfolio productos de esta categoría a través de los RTD (productos listos para consumir) en la gama de Licor 43.

- El claro compromiso con la sostenibilidad por parte de los compradores es lo que ha hecho que las compañías aceleren nuestros planes y en concreto en Zamora Company reforcemos nuestras acciones para ser una compañía más sostenible y resiliente ecológica, social y empresarialmente.
- Tendencia emergente del lujo en categorías no tradicionales Para adaptarnos a estas tendencias y viendo que la conveniencia continuará siendo uno de los factores claves de compra para los consumidores en el futuro, donde el packaging juega un rol principal, hemos reforzado nuestros equipos en el canal de off trade, así como los equipos de marketing y los equipos que dan soporte para continuar ganando rotación y prueba de producto en el canal de hostelería,

Asimismo, durante el 2022 hemos visto que la inflación ha sido creciente, generando para los consumidores y compañías situaciones de riesgo, lo que nos ha hecho redefinir nuestra política de precios, reforzar las áreas de marketing y adoptar medidas de productividad.

A lo largo del 2022 hemos revisado también nuestro negocio de manera transversal, con el objetivo de reforzar las áreas de marketing, producción y supply chain. También hemos revisado nuestras estructuras comerciales en la ruta al mercado para tener un crecimiento orgánico, gestionar los desafíos y tener alianzas estratégicas que nos permitan desarrollar Zamora Company para llevar el negocio al siguiente nivel marcado en nuestro plan estratégico 2023-2025.

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 ponen 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

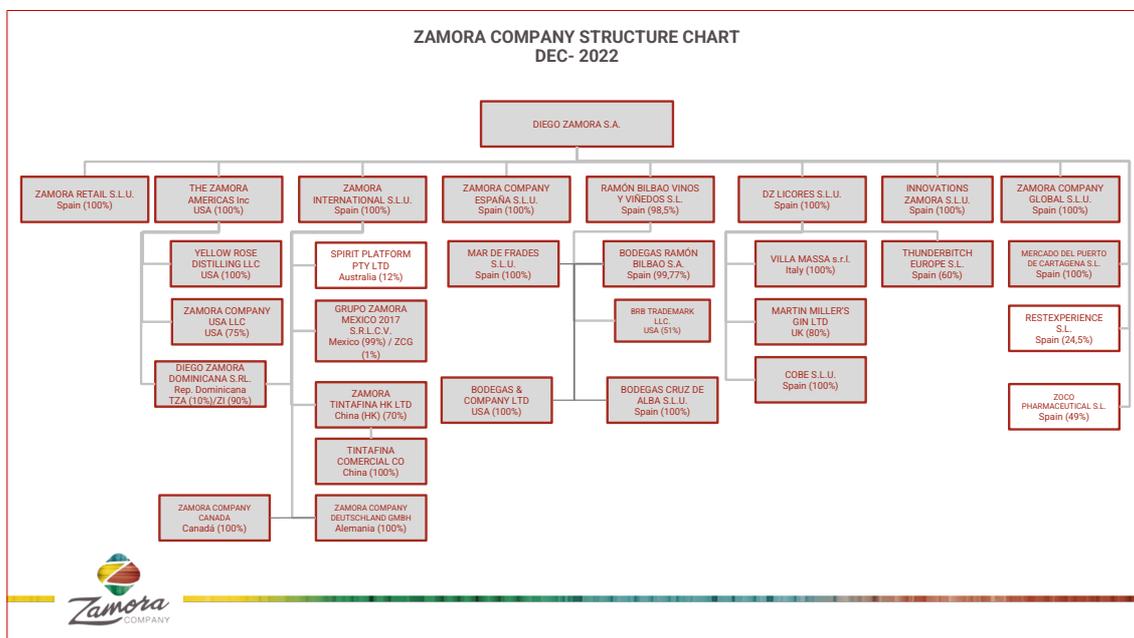
El principal órgano de gobierno del Grupo es el Consejo de Administración de Diego Zamora como holding del Grupo.

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.

En 2022, con respecto a la situación del ejercicio anterior, se han producido algunos cambios en cuanto a la estructura societaria del Grupo:

- Se liquida la sociedad ZAMORA COMPANY S&S
- Se fusiona COLMADO CASA LOLA SLU (sociedad absorbida) con RAMÓN BILBAO VINOS Y VIÑEDOS SL (sociedad absorbente)
- Se fusiona BODEGAS PALACIO DE LA VEGA SLU (sociedad absorbida) con RAMÓN BILBAO VINOS Y VIÑEDOS SL (sociedad absorbente)
- Se constituye la sociedad canadiense ZAMORA COMPANY CANADA (sociedad sin actividad durante 2022)

A continuación, se detalla a fecha 31/12/2022 la participación (%) y la estructura de gobernanza de la sociedad dominante en las sociedades dependientes que entran dentro del perímetro de consolidación:



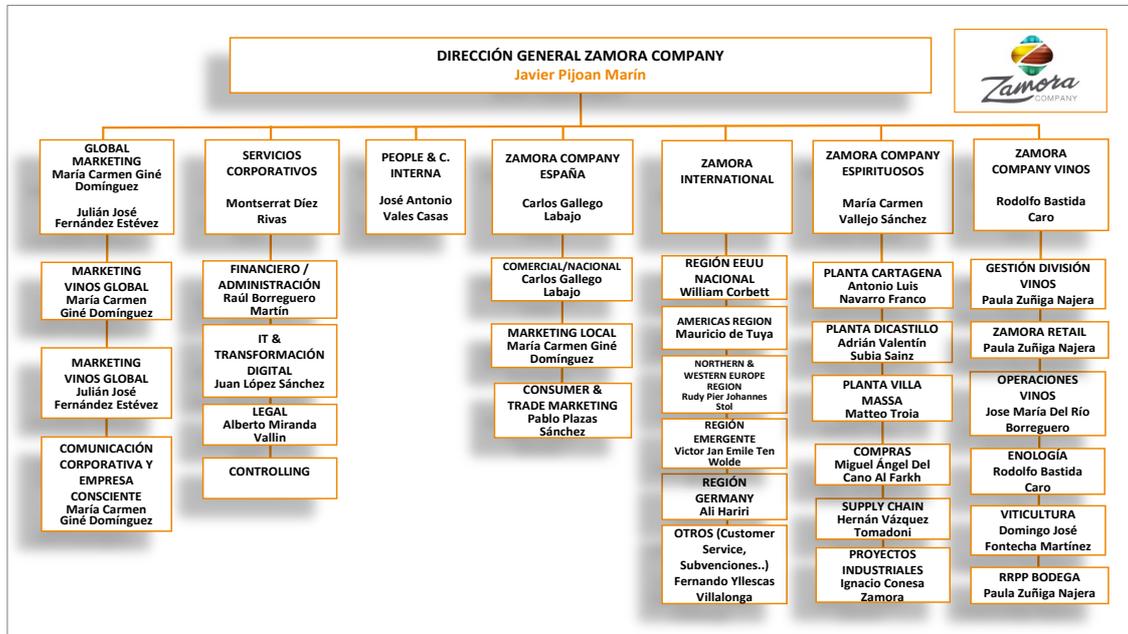
Desde el punto de vista de la actividad, el Grupo se centra en tres **líneas de Negocio**:

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

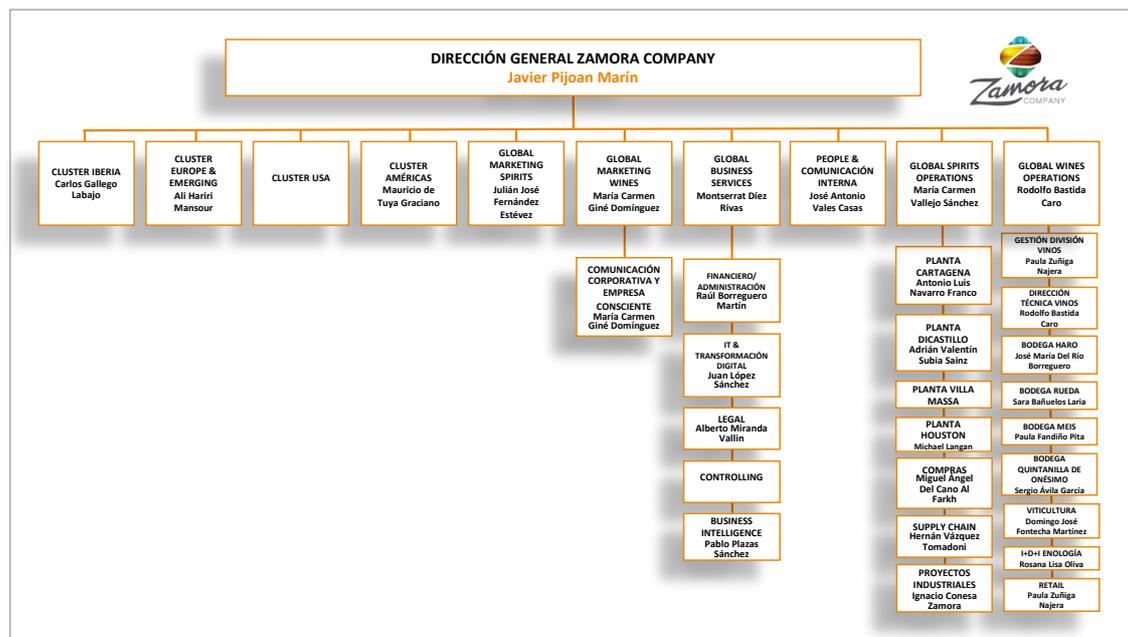
Las dos líneas principales de negocio son los **espirituosos** y el **vino**. Los espírituosos representan un mayor porcentaje sobre las ventas totales, estando, en cualquier caso, bastante niveladas las cifras de ventas de ambas líneas de negocio.

A continuación, se detalla la **estructura de gobierno** por unidades de negocio y sus correspondientes áreas. Se muestra la estructura en dos momentos diferentes del año 2022, puesto que desde octubre se llevaron a cabo algunos cambios importantes y en diciembre se incorporaron los Clusters, algunos de ellos pendientes aún de configurar desde principios del 2023.

Estructura hasta septiembre 2022:



Estructura a fecha diciembre 2022:



## 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.

En los últimos años, con la ayuda de una consultora especializada, se ha llevado a cabo una revisión en profundidad del Sistema de Gestión de Riesgos Penales que nos ha permitido consolidar su implantación y optimizar las políticas y protocolos de gestión de riesgos asociadas al mismo.

Nuestro mapa completo de riesgos de negocio 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**, 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 Global de Servicios de Negocio**, 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, en septiembre de 2022 se lanzó un [nuevo sistema de comunicación de denuncias](#) a través del proveedor EQS. Esta herramienta está disponible para todos los empleados y compañías que colaboran con el Grupo y permite 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 cuenta con dos comisiones permanentes:

- **Comisión de Retribución y Nombramientos**
- **Comisión de Auditoría y Riesgos.**

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

El modelo de **Empresa Consciente** de Zamora Company refleja los aspectos no financieros sobre los que la normativa de aplicación exige informar. En él nos basamos para el correcto desempeño de la compañía en materia de sostenibilidad, que no solamente dé respuesta a requerimientos legales, sino que también nos permita contribuir a generar un **impacto positivo** en la sociedad y el planeta.



El planteamiento de nuestro modelo, reflejado en el esquema 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 se ha basado también en el 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

En 2022 hemos revisado la metodología y los resultados de nuestro análisis de materialidad, desarrollado por primera vez en 2020, para asegurar que las cuestiones relevantes siguen presentes en nuestra estrategia y en el reporte, abordando de forma progresiva los asuntos prioritarios identificados.

Para el presente ejercicio se ha reforzado además el enfoque de **dobles materialidad**, que ya venía estando presente desde el inicio del proceso, reflexionando acerca de cómo nuestras actividades influyen en los diferentes ámbitos de la sostenibilidad (**enfoque de impacto**), y a su vez acerca de cómo estos temas pueden afectar a la compañía desde la perspectiva del negocio (**enfoque financiero**).

El proceso ha sido el siguiente:

- Validación de los **Grupos de interés** identificados (no ha habido cambios respecto a periodos anteriores)
  - 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 **temas/riesgos**

Se ha actualizado el inventario de temas acorde con los aspectos contemplados por la Ley 11/2018, con los contenidos de los Estándares GRI como marco de reporte, y teniendo también en cuenta el contexto actual.

Se han considerado las categorías ASG: Ambiental (A), Social (S) y Gobierno (G) y se han valorado un total de 33 temas (8 ambientales, 19 sociales y 6 de gobernanza) relacionados con los siguientes ámbitos de gestión:

- Impactos ambientales
- Prácticas laborales
- Riesgos de Seguridad y Salud
- Seguridad alimentaria

- Etiquetado y publicidad
- Derechos Humanos
- Acción social
- Ética y buen gobierno
- Riesgos de Corrupción
- Seguridad de la Información
- Fiscalidad
- Competencia

Se ha analizado nuevamente cada tema, teniendo en cuenta la situación de la compañía en el contexto actual, nuevos requerimientos legales, tendencias y visión a corto-medio plazo.

▪ Análisis de **materialidad**

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

Por tanto, la priorización de temas se ha determinado combinando factores internos y externos.

Para cada asunto evaluado se obtendrían dos valores numéricos:

- Un valor según criterios estratégicos para Zamora Company, en los que está implícito el *enfoque financiero* de la *doble materialidad*. Este análisis se realiza internamente coordinado por el área de Empresa Consciente.
- Otro valor según criterios basados en las opiniones y expectativas de los grupos de interés respecto a cómo la compañía afecta a cada tema (*enfoque de sostenibilidad o impacto*) Esta información externa se obtiene 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, de tendencias, informes publicados por entidades de referencia en la materia, análisis de comunicaciones en redes sociales, y cualquier otra fuente que resulte de utilidad y suministre datos de relevancia.

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

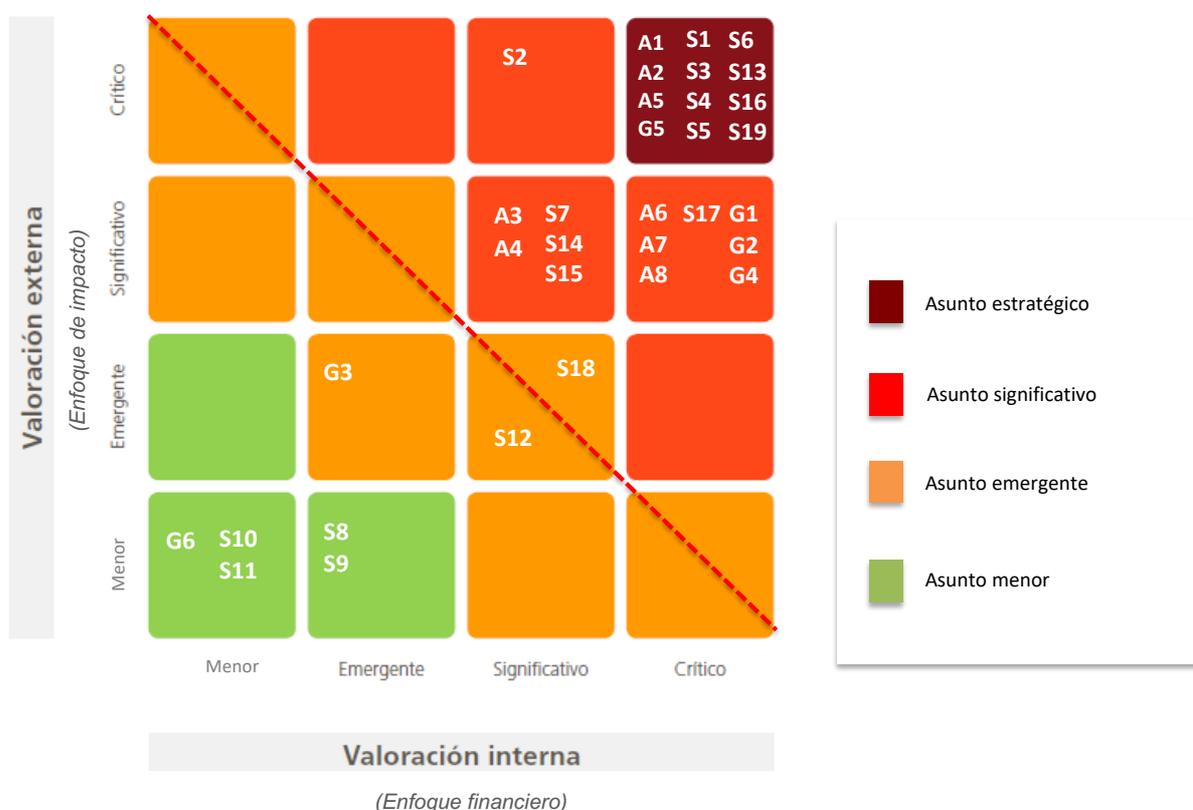
Este desglose nos permite priorizar de una manera clara, sin perder de vista temas que también tienen relevancia o pudieran tenerla a corto-medio plazo.

Los resultados obtenidos en el último ejercicio se muestran a continuación.

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

Del proceso descrito anteriormente, se ha validado internamente la **matriz de materialidad** correspondiente a la situación de la compañía en 2022.

#### Resultados Materialidad 2022



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

Medio Ambiente (A):

- Economía circular (A1)
- Eficiencia energética (A2)
- Emisiones/Huella de carbono (A5)

Ámbito social (S):

- Empleo (S1)
- Salud y seguridad laboral (S3)
- Formación y desarrollo profesional (S4)

- Gestión de la Diversidad (S5)
- No discriminación(S6)
- Apoyo a comunidades locales (S13)
- Salud y seguridad de consumidores (S16)
- Cumplimiento socioeconómico (S19)

Gobierno (G):

- Lucha contra la corrupción y el soborno (G5)

Asimismo, hay otra serie de asuntos cuya relevancia se ha valorado en un grado menor a los temas anteriores, puesto que no son de máxima relevancia a la vez desde la perspectiva interna y externa, pero que han resultado en la categoría de **significativos** para la compañía:

Medio Ambiente (A):

- Consumo de agua (A3)
- Biodiversidad (A4)
- Efluentes y residuos (A6)
- Cumplimiento ambiental (A7)
- Evaluación ambiental de proveedores (A8)

Ámbito social (S):

- Relaciones entre los trabajadores y la dirección (S2)
- Libertad de asociación y negociación colectiva (S7)
- Evaluación de derechos humanos en la cadena de valor (S12)
- Evaluación social de proveedores (S14)
- Acción social (S15)
- Marketing y etiquetado (S17)
- Privacidad de clientes (S18)

Gobierno (G):

- Riesgos y oportunidades ASG (G1)
- Transparencia fiscal (G2)
- Prácticas de adquisición (G4)

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**:

- Trabajo infantil (S8)
- Trabajo forzoso u obligatorio (S9)
- Prácticas en materia de seguridad (S10)
- Derechos de los pueblos indígenas (S11)



- Presencia en el mercado (G3)
- Competencia desleal (G6)

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 a través de su adhesión a la iniciativa Global Compact, de cuyo cumplimiento y avances el Grupo informa periódicamente a través de sus Memorias anuales de Empresa Consciente y de los propios requerimientos de reporte de Pacto Mundial.

## 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 2022 hemos renovado nuestros principios básicos de actuación conforme a nuestra **Política Medioambiental**, aprobada por la nueva Dirección General en junio de 2022, comunicada a todos los empleados y publicada para su consulta por cualquier parte interesada.

Destacamos nuestros compromisos en torno a:

- Ser proactivos e ir más allá del cumplimiento 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 e impulsar a cada persona con 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).

Los ocho centros de producción considerados (excluyendo las oficinas de Madrid) elaboraron **en 2022 más de 27,5 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 y un **aumento de más de 4 millones de litros** (más de un 18%) respecto del 2021.

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. Aun 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 2022 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 2022, 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; todas ellas se han superado con éxito y no se han detectado incumplimientos graves o mayores.

En 2022 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 2022 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 está adherida 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. En este sentido la compañía participó el 28 de noviembre en la jornada [Cartagena Puerto Sostenible](#) organizada por la [Autoridad Portuaria](#) para exponer los hitos medioambientales de Zamora Company en general y de la planta de Cartagena en particular.

## 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 2022 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 2021 (t)	Año 2022 (t)
Subproductos orgánicos	2.134,36	2.656
Residuos sólidos reciclables	369,96	500,10
Residuos sólidos no reciclables	146,23	234,94
Residuos peligrosos	3,53	2,71
Total	2.654,08	3393,75
Total (kg de residuos por litro embotellado)	0,11	0,12

\* 27.858.864 l embotellados en el año 2022

En el ejercicio 2022, debido al incremento en la producción y el embotellado, se ha incrementado la cantidad de los residuos no peligrosos y la generación

de subproductos, disminuyendo los residuos peligrosos. En números relativos, teniendo en cuenta la producción, el indicador se mantiene muy similar al ejercicio anterior.

El % de residuos que no necesitan tratamiento en vertedero ha disminuido hasta un 93 % en 2022 frente al 94,4% en 2021.

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 2021 (t)	Año 2022 (t)
Lías	260,35	350,75
Orujos	1.309,75	1691,76
Raspón	102,64	118,99
Arañón	364	280
Otros (tierras, lodos)	97,62	214,50
Total	2.134,36	2656

- Residuos sólidos reciclables:

Tipo de residuo	Año 2021 (t)	Año 2022 (t)
Vidrio	85,8	132,6
Papel y cartón	208,2	264
Plástico	58,4	76,8
Madera	4,91	5,2
Metal	12,4	20,7
Otros	0,4	0,9
Total	369,96	500,10

- Residuos sólidos no reciclables:

Tipo de residuo	Año 2021 (t)	Año 2022 (t)
RSU	75,07	93,34
Tierras filtrantes	71,16	141,60
Total	146,23	234,94

En cuanto a los residuos de naturaleza peligrosa, en 2022 estos han representado únicamente un 0,08 % 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, suponiendo únicamente del orden del 0,03 % anual del total de residuos generados.

Con respecto al desperdicio alimentario, tampoco en 2022 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. Este 2022 destacamos la **ampliación de la depuradora** de esta planta.

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 2021	Año 2022
Red municipal	91,6%	93,6%
Pozo	8,4%	6,4%

En 2022 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 2021	Año 2022
Consumo total (m <sup>3</sup> )	50.965,78	52.842,44
Consumo por actividad (*) (l agua / l embotellado)	2,17	1,90

(\*) Para relativizar el consumo de agua, no se considera en el cálculo ni el consumo de agua para irrigación de viñedos ni el utilizado para la elaboración de licores.

Respecto al periodo anterior, en 2022 se ha producido un aumento del consumo de agua en volumen absoluto, pero se ha logrado, al igual que en el ejercicio anterior, una **optimización del consumo en un 12,4% si se considera la ratio de actividad** (litros de agua por litro de producto embotellado).

Asimismo, en el año 2022 se gastaron **153.550 m<sup>3</sup>** de agua en la **irrigación de viñedos** de las 4 bodegas del grupo.

El consumo de agua para la elaboración de licores se incluye más adelante en el apartado correspondiente a materias primas.

○ **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 2022 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 2022, la energía renovable consumida fue el 62,48 % mientras que en 2021 este porcentaje fue del 66,12 %. Esta disminución es debida a que, en los ajustes por nuevos conteos de energía, todas las fuentes de energía son no renovables.

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 2021	Año 2022
Electricidad	3.639,83	4.545,33
Gas natural	193 (*)	317,20
Otros gases	47,89	94,95
Gasoil	767,06	840,38
Biomasa	897,63	850,78
Otras energías	107,47	96,65
TOTAL (MWh)	5.652,88 (*)	6.745,30

(\*) Se ha realizado una corrección del dato de Gas correspondiente a 2021.

Intensidad energética:	Año 2021	Año 2022
Consumo energético por producción (kWh/l embotellado)	0,24	0,24

En 2022 hemos aumentado el consumo total de energía un 19,32% respecto a 2021, debido a la recogida y actualización de más datos no tenidos en cuenta en años anteriores, como aquellos relacionados con el consumo en campo y al aumento de la producción en las plantas.

Aun así, a pesar del aumento en números absolutos, debido a la implantación de medidas de ahorro hemos logrado **mantener el consumo de energía por producto respecto a 2021 en 0,24 kwh/l embotellado.**

o **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 2022, Zamora Company adquirió un total de **31.368,18 toneladas de materias primas** (un 31% más que en el año anterior y un 42 % si contabilizamos el agua como ingrediente utilizado en los licores elaborados en las plantas de Cartagena, Dicastillo y Sorrento, que no se tuvo en cuenta en el informe de 2021). De este total, unas 13.000 toneladas han sido materias vegetales, 7.500 toneladas del agua, más de 4.600 toneladas de azúcar, del orden de 3.600 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.

Respecto al consumo de **fertilizantes** y **fitosanitarios** químicos para las actividades de campo, éste es muy bajo y no se ha evaluado tampoco en 2022 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.

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 seguiremos viendo los resultados de estos proyectos y se comenzarán a aplicar medidas en función de los resultados de viabilidad.

Como se menciona más 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 más 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. De dicha colaboración se ha verificado que Zamora Company es pionera y muy activa en materia de ecodiseño, máxima que ha cumplido y llevado a cabo en la mayoría de los proyectos de innovación de la compañía.
- Proyectos de ecodiseño de botella exitosos de Zamora Company en 2022 (ejemplos):
  - Botella Lolea 75 cl:
    - Estudio de aligeramiento realizado en 2021. Proyecto e ideación.
    - Molde piloto y pruebas test en línea de fabricación de vidrio: realizadas en 2022 con resultados exitosos, aun con la complejidad añadida de tratarse de una botella para llenados de productos con carbonatación y por lo tanto con resistencia a la presión interna.

- Se confirma la reducción de 40gr de peso en la botella, obteniendo finalmente un aligeramiento en peso cercano al 9% final.
  - Dicha reducción tendrá un impacto anual estimado de 50 toneladas de vidrio menos, y una reducción de CO<sub>2</sub> superior a las 20 toneladas.
  - La implementación total en producción masiva se ha planificado para Q1 de 2023.
- Botellas Ramón Bilbao:
- Nuestra botella bordelesa, líder en ventas, y por tanto la de mayor impacto, se ha aligerado en 40gr de peso, lo que supone una reducción superior al 8% total.
  - Se ha aprovechado dicha modificación para permitir su utilización en otros centros productivos, y por tanto se ha estandarizado el modelo, favoreciendo su productividad y eficiencia en su fabricación.
  - Dicha modificación supondrá a final de este año 2022 un ahorro en toneladas de vidrio superior a las 250 toneladas, y superior a 400 toneladas en 2023 según nuestras estimaciones.
  - Se están ultimando otros proyectos complementarios, que saldrán a la luz para inicios de 2023, en lo relativo al mundo del vino, que ofrecerán del mismo modo aligeramientos sustanciales.
- Botella Licor 43:
- En nuestra botella más icónica, la de Licor 43, también se ha realizado un estudio de ecodiseño y aligeramiento, del cual se ha obtenido un aligeramiento de 30gr respecto el diseño anterior, mayor al 6% total.
  - Dicha modificación supondrá a final del año 2022 un ahorro en toneladas de vidrio superior a las 110 toneladas de vidrio, y un estimado para 2023 superior a las 300 toneladas de vidrio.

### 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.
- Fruto de dicho estudio, en 2022 se han acometido numerosos cambios respecto la calidad y papeles utilizados en nuestras cajas de cartón.

- 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 acumulado en toneladas de cartón para 2022 es superior a 35 toneladas.
- 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. Dichas modificaciones nos han permitido el ahorro en cartón indicado, además de ofrecer unas cajas al mercado con menores tintas y pigmentos, y por tanto favoreciendo su reciclabilidad por un lado y la reducción de residuos y pigmentos por otro lado.
- 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. Esta iniciativa está ya en marcha en varias de nuestras marcas principales, como son Ramón Bilbao o Mar de Frades.

### **Material plástico:**

Fruto del estudio comenzado en el año 2021, de revisión de los materiales plásticos que utilizamos en nuestras listas de materiales, y con el objetivo de identificar 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, se han obtenido los siguientes resultados:

- **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.
  - Esta acción se ha hecho realidad desde la primavera de 2022, y ha permitido que aproximadamente la mitad del material consumido en 2022 haya sido de dicha composición.
  - Para 2023, el compromiso es el total de la producción de 2023 ya será realizada con este material de composición 30% procedente de PET reciclado o en su defecto con un material que aporte aún más porcentaje de material reciclado.
  - 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 reducirlo en más de un 20%. Esa reducción se ha aplicado durante 2021 y se estima una reducción total anual de 1,4 toneladas de plástico, fruto de esta modificación.
- **Film Retráctil:** Se ha realizado un estudio en 2022, relativo a la utilización, materiales, y maquinaria de aplicación de film retráctil en Zamora Company. Fruto de ese estudio:
  - Se ha homologado un nuevo tipo de material film que, gracias a sus prestaciones de estiramiento, permite su optimización en nuestras máquinas de aplicación, suponiendo un ahorro medio de utilización de film cercano al 50% en peso. Dicho ajuste permitirá a final de 2022 un ahorro en toneladas de plástico superior a las 5 toneladas.
  - Está previsto que esta acción nos ofrezca un ahorro anual superior a 15 toneladas de plástico para 2023.

### 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 introdujo en 2021 alcanzándose un 80% de compra tipo FSC, y ha sido mandatorio en 2022 para el 100% de compra: el total de nuestras compras disponen de la certificación FSC.
- **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. En 2022, el dpto. de Compras ha puesto en marcha una iniciativa para la reducción de la utilización del plástico, limitando o evitando utilizar dicho material en sus propuestas de diseño y compras al máximo posible. El resultado es que el número de materiales comprados en 2022 con material plástico no reciclado dentro de su composición se ha reducido en un 25% respecto el año 2021.

- **Impuesto al plástico:** en base al nuevo impuesto especial sobre los envases de plástico no reutilizables que entrará en vigor el 1 de enero de 2023, en Zamora Company hemos puesto en marcha un requerimiento a todos nuestros proveedores actuales, pero también de aplicación para futuros proveedores a homologar, en el que se les solicita información detallada y concisa acerca del uso de materiales plásticos en la composición o bien envases o embalajes que sirvan de continentes, de los productos que son susceptibles de compra para Zamora Company. En el mismo se requiere descripción, peso del material o parte de este correspondiente al material plástico, identificar el tipo de material o materiales utilizados en la composición del material de venta u continente, el porcentaje de plástico reciclado que contiene dicho material, y en ese caso la certificación de dicho material plástico reciclado ya sea interna o externa. Con dicha información se ha activado un proyecto de revisión y seguimiento de compra de materiales, tanto componentes o materias primas, como de productos terminados o semielaborados, con el fin de llevar un control exhaustivo de dichas compras, e información detallada relativas al uso de plástico.

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

Esta actividad en colaboración con nuestro partner logístico de pallets, nos permite arrojar estas cifras de mejora:

- ♣ Evitamos 45 t de CO<sub>2</sub> por transporte eficiente, lo que equivaldría a más de 40.000 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. En Dicastillo, durante 2022, se sustituyó la caldera de gasoil por otra nueva más eficiente.

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 2022 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. Aun 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 2021 (tCO <sub>2</sub> eq)	Año 2022 (tCO <sub>2</sub> eq)
Alcance 1	265,78	371
Alcance 2	360	547 (*)
TOTAL	625,78	918

(\*) Nota: Se han restado las remisiones correspondientes a la electricidad del año 2022, pero no se ha hecho con las de 2021.

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

	Año 2021	Año 2022
gCO <sub>2</sub> eq / litro embotellado	26,42	32,95

El indicador del total de Emisiones de GEI (Alcances 1 y 2) por producto ha aumentado respecto a 2021 en un 24,7% debido a los ya comentados ajustes en el cálculo energético.

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

Adicionalmente a lo anterior, en el periodo 2019-2021 se han calculado las emisiones totales incluyendo también el alcance 3 para las bodegas de Haro y Meis. No se aportan datos de 2022, puesto que la compañía está inmersa en un proyecto corporativo de Huella e Carbono, cuyos resultados se verán en 2023.

	Año 2019 tCO <sub>2</sub> eq	Año 2020 tCO <sub>2</sub> eq	Año 2021 tCO <sub>2</sub> eq	Año 2022(*) tCO <sub>2</sub> eq
Haro (Ramón Bilbao)	12.680	10.731	9.532	114
Meis (Mar de Frades)	2.115	2.127	2.512	56

(\*) Alcances 1 y 2

*Nota: Se ha realizado un ajuste en los datos publicados en 2020 y 2021, al haberse calculado la huella considerando también las emisiones derivadas de los abonos de campo.*

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.

Aun 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, hemos ido reduciendo las emisiones totales en los 3 alcances.

## 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 2022 se adquirió un 28% más de vegetales que en el periodo 2021, lo que supone **más de 13.000 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.

Mar de Frades forma parte de la **Comunidad #PorElClima**, iniciativa pionera donde participan representantes de los tres sectores claves del cambio: Administración Pública, Empresa y Ciudadanía, unidas con un objetivo común: ser protagonistas de la acción contra el Cambio Climático.

Por dicho compromiso, Mar de Frades ha sido seleccionada por *ECODES*, organización impulsora de la iniciativa, como **modelo de empresa sostenible gracias a su proyecto "Sea Conscious"**.

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

Las líneas estratégicas para el equipo humano de Zamora Company son las establecidas en nuestro **Plan de Empresa Consciente** y en ellas hemos seguido focalizando nuestros esfuerzos:

- 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 en las que hemos continuado avanzando en 2022 bajo este marco del 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 no es 100% propiedad de Zamora Company y por tanto su gestión no recae en los servicios corporativos. Además, en el 2022 hemos seguido consolidando los reportes a nivel de Grupo.

Las sociedades incluidas representan el **99,1%** de la plantilla, lo que significa abarcar 531 empleados del total de 536.

En el presente informe se incluyen 13 sociedades en España y 6 internacionales:

- 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 Américas, Inc USA - Zamora Company USA, LLC - Yellow 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 2022, el Grupo lo componen 536 empleados, analizando a efectos de este informe, según lo anteriormente expuesto, prácticamente a la totalidad de la plantilla: un total de **531 empleados**, de los cuales, 449 pertenecen a las sociedades nacionales y 82 a las sociedades internacionales.

De la plantilla analizada en 2022, 327 empleados son hombres (61,58%) y 204 mujeres (41,89%).

Las siguientes tablas recogen la información acorde a distintos tipos de distribución y clasificación para el número de empleados del ejercicio 2022 y su comparativa con el año anterior.

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

##### Año 2022:

1	Diego Zamora, S.A.	73
2	Zamora Retail, S.L.U.	11
3	Zamora Internacional, S.L.U.	26
4	Zamora Company España, S.L.U.	82
5	Mar de Frades, S.L.U.	28
6	Ramon Bilbao Vinos y Viñedos, S.L.U.	11
7	Bodegas Ramón Bilbao, S.A.	101
8	Bodegas Cruz de Alba, S.L.U.	7
9	DZ Licores, S.L.U.	85
10	Innovations Zamora, S.L.U.	8
11	Zamora Company Global, S.L.U.	13
12	Mercado del Puerto Cartagena, S.L.	1
13	ZPHARMA	3
<b>Total España =</b>		<b>449</b>

##### Año 2021:

1	DIEGO ZAMORA, S.A.	66
2	Zamora Retail, S.L.U.	7
3	Zamora Internacional, 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	14
2	Zamora Company USA, LLC	22
3	Yellow Rose Distilling, LLC	11
4	Grupo Zamora Mexico 2017 SRLCV	6
5	Zamora Company Deutschland GmbH	12
6	Villa Massa, SR.L	17
<b>TOTAL Internacional =</b>		<b>82</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, SR.L (I)	18
<b>TOTAL Internacional</b>		<b>77</b>

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

- Año 2022:

**TABLA 1 - 2022 : 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/a	Cargo medio	Empleado/a	TOTAL
< 30	<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>66</b>	<b>68</b>
	Hombre	0	0	39	39
	Mujer	0	2	27	29
30 - 50	<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>81</b>	<b>238</b>	<b>342</b>
	Hombre	21	43	133	197
	Mujer	2	38	105	145
> 50	<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>16</b>	<b>80</b>	<b>121</b>
	Hombre	20	12	59	91
	Mujer	5	4	21	30
<b>TOTAL</b>	-	<b>48</b>	<b>99</b>	<b>384</b>	<b>531</b>

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>

- 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 2022:

**TABLA 2 - 2022 : Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo**

**TABLA 2 - 2022: indefinidos y temporales, y por género**

Edad	Sexo	Contratos Indefinidos	Contratos Temporales	Contratos en prácticas	TOTAL
< 30	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>26</b>	<b>2</b>	<b>68</b>
	Hombre	21	18	0	39
	Mujer	19	8	2	29
30 - 50	<b>Total</b>	<b>309</b>	<b>33</b>	<b>0</b>	<b>342</b>
	Hombre	179	18	0	197
	Mujer	130	15	0	145
> 50	<b>Total</b>	<b>106</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>121</b>
	Hombre	79	12	0	
	Mujer	27	3	0	
<b>TOTAL</b>	-	<b>455</b>	<b>74</b>	<b>2</b>	<b>531</b>

**Tabla 2.1. 2022 Contratos x Categoría**

	Directivo/a	Cargo medio	Empleado/a	TOTAL
Contratos Indefinidos	48	98	309	455
Temporales	0	1	73	74
Prácticas	0	0	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>99</b>	<b>384</b>	<b>531</b>

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>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>

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

En el año 2022 se llevaron a cabo 17 despidos, cifra muy similar a los 15 del 2021.

Año 2022

2022: TABLA 3 -Despidos: Edad y género		
Edad	Sexo	Despidos
< 30	<b>Total</b>	<b>3</b>
	Hombre	2
	Mujer	1
30 - 50	<b>Total</b>	<b>10</b>
	Hombre	8
	Mujer	2
> 50	<b>Total</b>	<b>4</b>
	Hombre	4
	Mujer	
<b>TOTAL</b>	-	<b>17</b>

Año 2021

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>

2022: TABLA 3.1 : Despidos x Categoría Profesional	
Categoría Profesional	Despidos
Directivos	4
Cargos Intermedios	3
Empleados	10
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>

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

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

**Año 2022**

<b>TABLA 6 REMUNERACIONES</b>				
TABLA 6 - 2022 Edad , Género / Clasificación (plantilla media): Directivo Banda A/B, Mandos Intermedios C / Staff D/E				
Edad	Sexo	Directivos/as	Mandos Intermedios	Staff
< 30	<b>Total</b>		<b>56.941,66 €</b>	<b>21.668,94 €</b>
	Hombre	0,00 €	0,00 €	20.776,03 €
	Mujer	0,00 €	56.941,66 €	22.958,69 €
30 - 50	<b>Total</b>	<b>131.314,34 €</b>	<b>68.926,50 €</b>	<b>28.117,50 €</b>
	Hombre	131.990,39 €	70.504,32 €	28.650,32 €
	Mujer	124.215,88 €	67.141,07 €	27.442,60 €
> 50	<b>Total</b>	<b>180.193,49 €</b>	<b>86.121,72 €</b>	<b>32.536,24 €</b>
	Hombre	186.477,73 €	92.885,74 €	34.080,59 €
	Mujer	155.056,52 €	65.829,64 €	28.197,35 €

**Año 2021**

<b>TABLA 6 REMUNERACIONES</b>				
TABLA 6 - 2021 Edad , Género / Clasificación (plantilla media): Directivo Banda A/B, Mandos Intermedios C / Staff D/E				
<b>Tabla general</b>				
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))

En 2022 se ha mantenido la evaluación del desempeño ligado a bonus de un 33% de la plantilla del Grupo, frente al 36% del ejercicio anterior.

Durante este año se ha efectuado una revisión completa del "Sistema de Gestión del Desempeño", y se han lanzado las "Conversaciones de Desarrollo", que incluyen la evaluación de Competencias.

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

	2022 (*)	2021 (**)
Hombres	296.973,54 €	1.278.434,23 €
Mujeres	179.430,16 €	87.611,87 €

(\*) Los datos de Alta Dirección de las CCAA consolidadas se refieren a los de la sociedad dominante, DIEGO ZAMORA S.A. y se considera únicamente en esta categoría al CEO y a la Directora de Servicios Corporativos.

(\*\*) En el año 2021 se incluía en la categoría (Hombres) al CEO del Grupo y al Director de Servicios Corporativos, aunque a 31 de Diciembre de ese año ya no estaban en la compañía ninguno de los dos. En cuanto a (Mujeres) el dato corresponde a la persona que sustituyó al Director de Servicios Corporativos.

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

	Consejo de Administración (7)	Hombres (6):	Mujeres (1)
<b>2022</b>	600.000 €	520.000 €	80.000 €
2021	624.123 €	544.123 €	80.000 €

*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 para los últimos dos ejercicios han sido los siguientes

Año 2022

Sexo	Directivos	Mandos Intermedios	Staff
Hombre	158.569,58 €	75.387,54 €	28.707,85 €
Mujer	146.244,91 €	66.558,24 €	26.754,91 €
<b>BRECHA SALARIAL</b>	7,77%	11,71%	6,80%
<b>PORCENTAJE EMPLEADOS</b>	9,04%	18,64%	72,32%
<b>BRECHA SALARIAL COMPAÑIA</b>	<b>7,81%</b>		

Año 2021

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 COMPAÑIA</b>	6%		

El dato de brecha en la franja de mandos intermedios ha aumentado respecto al periodo anterior debido fundamentalmente a empleados hombres de empresas fuera de Europa con datos de referencia algo más elevados.

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 ya 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 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, establecía que el/la Trabajador/a prestaba sus servicios desde su domicilio para extremar cautelas ante la crisis sanitaria.

En todos los casos, se mantiene el respeto al derecho a la desconexión laboral.

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.

- **Empleados con discapacidad:**

Empleados con discapacidad en el <b>Grupo ZC</b> (*)	<b>2022</b>	2021
Número de personas	10	9
Porcentaje del total de la plantilla	1,88	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 2022 han sido **15 convenios**, uno más que en el ejercicio anterior.

Adicionalmente, y como ya se ha mencionado, 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.

Se ha implementado la Política de flexibilidad horaria también 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, 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.

Tras la vuelta a la normalidad después de los años vividos por la pandemia (2020 y 2021), respecto a la presencia física en las instalaciones, progresivamente se han ido aplicando de nuevo las medidas de flexibilidad comentadas.

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.

Ya en 2021 se había 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.

En el ejercicio 2022, en España, se han acogido a la fórmula de teletrabajo nómada un total de 61 empleados/as.

Está previsto un cambio de la política de Teletrabajo para el año 2023. No son cambios sustanciales, únicamente ajustes de días disponibles y de obligada presencia, tales como el establecimiento de dos días de teletrabajo a la semana, no siendo elegible el lunes, o la obligatoriedad de que las jornadas sean completas, tanto presenciales como de teletrabajo.

### 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 2022, 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	

Empresa	Partners
Innovations Zamora	
Zamora Retail	
Zamora Company Global	
Zoco Pharmaceutical	
Ramón Bilbao Vinos y Viñedos	Cualtis
Ramón Bilbao	
Mar de Frades	
Cruz de Alba	

En 2022 se mantiene el **Comité de Seguridad y Salud** en Bodegas Ramón Bilbao S.A., en su centro de La Rioja, con dos representantes de los trabajadores, como Delegados de Prevención, y dos 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 readaptaciones o reubicaciones de trabajadores especialmente sensibles y mujeres en estado de gestación.

En 2022 se han realizado 472 reconocimientos médicos correspondientes a Vigilancia de la Salud: reconocimientos iniciales y periódicos de revisión anual.

En el ámbito de la seguridad y la salud han ido desapareciendo, progresivamente desde principios del 2022, las medidas excepcionales que por COVID se habían puesto en marcha en los años 2020 y 2021, en línea con las recomendaciones sanitarias en los diferentes países y diferentes actividades.

En el mes de enero se realizó comunicación oficial para retomar la presencia regular y habitual en oficinas, aunque en materia de reuniones (externas e internas) se recomendaba continuar con ellas telemáticamente y limitar, en la medida de lo posible, las presenciales. A partir de septiembre esta medida también ha ido desapareciendo.

Asimismo, se limitó la realización de pruebas COVID, aplicando solo cribados puntuales (del orden de 280 a lo largo del año), con el fin de prever en la medida de lo posible el contagio comunitario. Por esta misma razón se solicitó a los empleados/as que, de forma voluntaria, nos hicieran llegar su Certificado de Vacunación.

También a partir de septiembre, y según la situación sanitaria local, fue desapareciendo la obligación del uso de mascarilla en los espacios de trabajo.

- **Absentismo:**

A continuación, se muestran los indicadores de absentismo de Zamora Company en los últimos dos ejercicios.

Los indicadores de Zamora Company han estado por debajo de la media del sector en ambos ejercicios, siendo estos últimos de 3,39 y 3,48 respectivamente, frente a los datos de la compañía de 1,81 y 1,35:

	Tasa de absentismo (ZC)	Jornadas perdidas	Trabajadores	Días en periodo
<b>Año 2022</b>	1,81	3.014	457	365
Año 2021	1,35	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 sociedades internacionales, la tasa de absentismo se reporta en horas. Este dato ha sido de 1.009 horas para 47 empleados de las sociedades americanas, y de 639 horas para 12 empleados en Alemania.

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

Año 2022			Año 2021		
<b>TABLA 4 - Datos informes Siniestralidad 2022</b>			<b>Condiciones de Salud y Seguridad en el trabajo</b>		
Nº accidentes	10,00	7 Hombres / 3 Mujer	<b>TABLA 4 - 2021 : Datos informes Siniestralidad 2021</b>		
Nº enf profesionales	0,00		Nº accidentes	12,00	11 Hombres / 1 Mujer
			Nº enf profesionales	0,00	
	<b>MEDIA ZCOMPANY</b>	<b>SECTOR</b>		<b>MEDIA ZCOMPANY</b>	<b>SECTOR</b>
Índice de Frecuencia	11,83	14,84	Índice de Frecuencia	15,52	14,24
Índice de Incidencia	20,71	26,62	Índice de Incidencia	27,16	25,54
Índice de Gravedad	0,30	0,45	Índice de Gravedad	0,24	0,36
Duración Media	25,40	25,85	Duración Media	15,25	26,31

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 que no facilita este desglose.

En el área internacional, a lo largo del 2022 se ha informado sólo de un accidente de trabajo en una de las empresas en USA, siendo de naturaleza leve y con una duración en baja de 25 días.

### 3.4. Relaciones sociales

En 2022, los empleados del Grupo Zamora Company en España estuvieron cubiertos bajo un total de **15 convenios colectivos**, cuyo alcance incluye al **98%** de la plantilla.

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 a través del Comité de Empresa en las sociedades Bodegas Ramón Bilbao, S.A. en La Rioja, y de la Delegada de Personal en DZ Licores, S.L., en su centro de Dicastillo (Navarra).

Asimismo, en el Grupo se dispone del mencionado **Portal de Comunicación**, sirviendo de canal de transmisión de toda la información relevante. En 2022 se han emitido 164 comunicados, frente a los 287 contabilizados en el año anterior.

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 **Código Ético y de Conducta** (última versión de 2022) 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 2022 se ha culminado la implantación de nuevos procedimientos utilizados en años anteriores. La **formación online** este año se ha visto reducida tras la desaparición de las medidas preventivas frente al COVID por parte del Gobierno, siendo en este formato el **33,56%** del total de formaciones de 2022, suponiendo una bajada de un 44,80% frente al año anterior.

Los objetivos formativos principales van asociados a los objetivos estratégicos del negocio. La mejora de competitividad empresarial, así como el desarrollo de las habilidades de los empleados y líderes, 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 pregunta directamente a los directivos por las necesidades formativas de sus equipos. La implicación de todos en trasladar esta información es clave para ajustar el Plan de Formación a las necesidades del negocio.

En 2022 nos encontramos en un año de muchos cambios en la compañía, por lo que las formaciones se han visto reducidas frente a años anteriores. Sin embargo, este año las formaciones han estado más especializadas y han sido más técnicas que en años anteriores.

	2021	2022
<b>Nº Horas</b>	6.774	3.845
<b>Nº Participantes</b>	836	442
<b>Nº Acciones formativas</b>	324	69

Las materias y competencias objeto de las formaciones que se han llevado a cabo en el 2022 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 (carreteros, 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	PPP	Seguridad Datos / Información	Compliance	Mercantil
<b>FINANCIERO</b>	Gestión de Gastos	Gestión Vehículos	Contabilidad	Análisis Financiero	Tesorería
	Impuestos	Gestión de cobros (crédito, impagos ...)	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 ...)

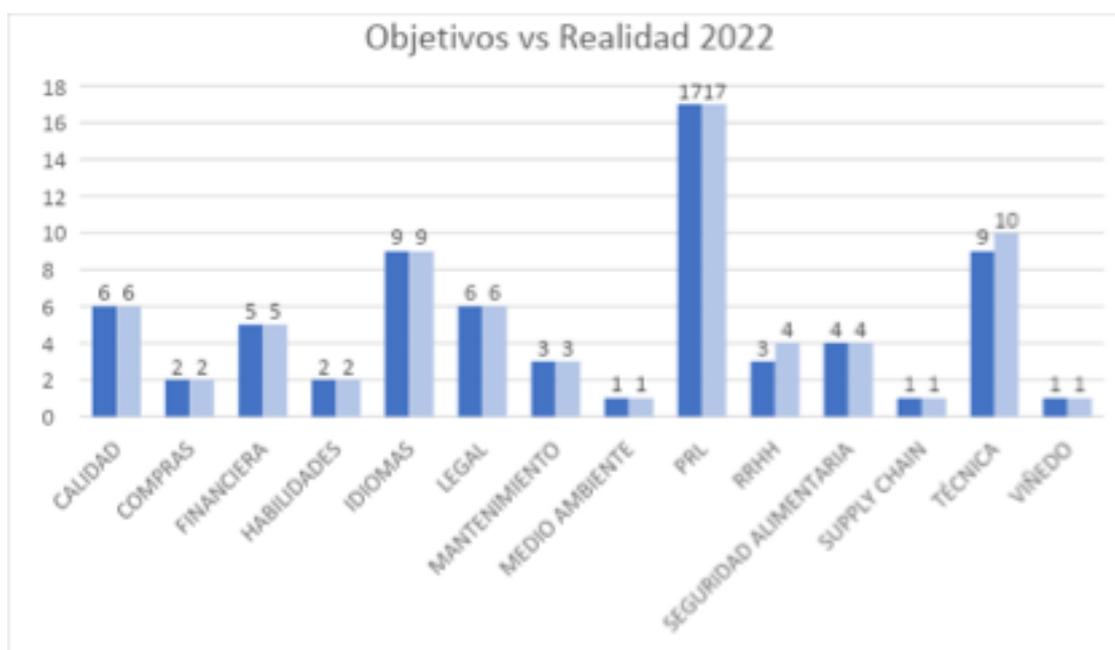
En base a las materias/competencias técnicas de las formaciones que se han llevado a cabo, destaca durante el año 2022 la formación en Prevención de Riesgos Laborales, Idiomas y Técnicas/Especialistas. Esto coincide con el momento de crecimiento que estamos viviendo dentro de Zamora Company, donde nuestra plantilla y su desarrollo es nuestro recurso más importante.

Otra de las materias a destacar es la formación en Habilidades, ya que actualmente, y siguiendo en línea con los objetivos de formación marcados, queremos apostar por un buen liderazgo y gestión del desempeño de los empleados, potenciando las formaciones en "Sistema de Gestión del Desempeño".

A continuación, se muestran los **indicadores 2022 de acciones formativas**:

- **Porcentaje de cumplimiento del Plan Previsto**

Para el año 2022 se contemplaba la realización de 71 acciones formativas enmarcadas dentro de 14 áreas.



Año tras año realizamos un seguimiento de las mejoras asociadas a la gestión de la formación de la Compañía, y en el ejercicio 2022 hemos obtenido indicadores de evaluación adicionales.

- % de acciones formativas realizadas por área:



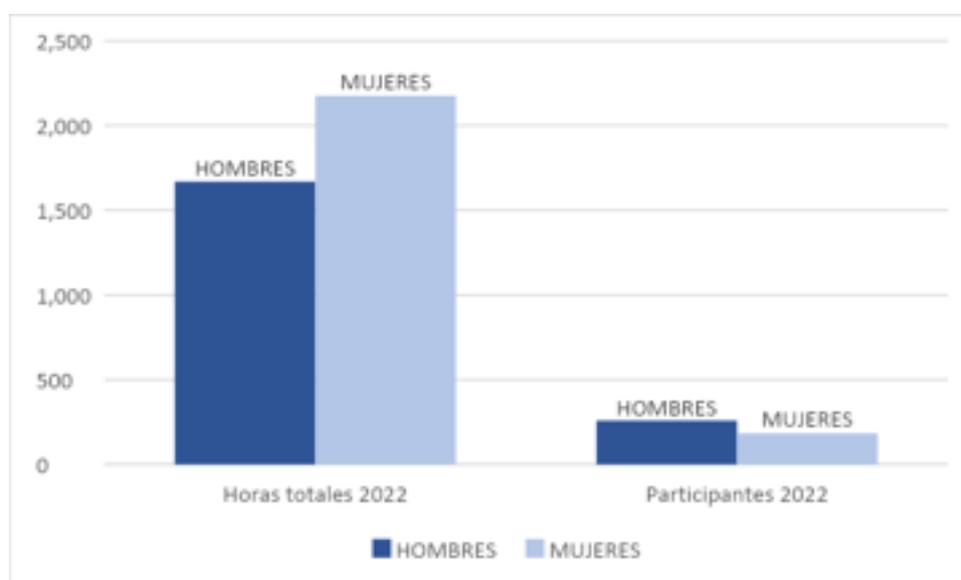
A modo de resumen hay que destacar que, del total planificado en 2022, hemos podido impartir un **97% de las formaciones previstas**. Es un dato destacable y en el que hemos mejorado dentro de la compañía, ya que en 2021 únicamente conseguimos impartir un 87% de lo previsto, aunque debemos tener en cuenta que en 2021 aún seguíamos con restricciones por el COVID-19.

Un 97,89% de las horas de formación impartidas en 2022 correspondieron a formación externa. El 2,11% 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 2021	Horas totales 2022	Participantes 2021	Participantes 2022
HOMBRES	2.243	<b>1.670</b>	512	<b>258</b>
MUJERES	4.531	<b>2.175</b>	324	<b>184</b>



El 56% de las horas de formación han sido recibidas por mujeres, sin embargo, podemos observar que tenemos más participación de hombres en las acciones formativas. Esto se debe a que este año, las formaciones más técnicas, que conllevan más tiempo formativo, han estado destinadas en mayor medida a nuestra plantilla femenina.

Una de las políticas fundamentales de Zamora Company es la igualdad de oportunidades. En todas las áreas de la 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	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Horas totales impartidas	786	<b>186</b>	913	<b>587</b>	5074	<b>3072</b>
Horas de formación por empleado	6,39	<b>8,45</b>	4,33	<b>17,79</b>	10,11	<b>7,94</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 sigue apostando por un equipo humano diverso e inclusivo, en el que pueden convivir diferentes culturas, generaciones, perfiles y habilidades.

Fomentamos **la diversidad** y la **igualdad de oportunidades**, y nuestro **Código Ético** prohíbe de forma expresa 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 2022 y su comparativa con el 2021:

- **Diversidad de género:**

En 2022, en nuestra plantilla contamos con un colectivo de **204 mujeres**, lo cual representa un **41,89%** del total de empleados, frente al 37,58% del ejercicio anterior.

En 2022, tres mujeres forman parte del Comité de Dirección, mientras que en 2021 únicamente eran dos. En los anteriores ejercicios solamente había representación de una mujer, lo cual implica un avance en cuanto a la diversidad en órganos de gobierno.

En 2022, el 15% de los puestos directivos (banda A y B) eran ocupados por mujeres. En 2021 este dato fue del 17%.

El porcentaje de mujeres en puestos intermedios se mantiene en torno al 40%, dato similar al ejercicio anterior.

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 2022, al igual que en los ejercicios anteriores, el 100% de los empleados se reincorporaron a sus puestos de trabajo: permisos de maternidad disfrutados por 7 empleadas y permisos de paternidad disfrutados por 8 empleados.

Ya desde el año 2021 venimos avanzando en los **Planes de Igualdad** y la constitución de 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 el año 2022 se continuaron realizando las acciones necesarias para la formalización de los diferentes Planes de Igualdad de las entidades legales en España que por norma estaban obligadas, con la necesaria e imprescindible participación de los sindicatos más representativos en aquellas entidades legales donde no existe representación legal de los trabajadores, lo que ha

condicionado de manera importante el avance y finalización de todo el proceso.

La situación a cierre del 2022 era la siguiente:

- DIEGO ZAMORA, S.A.: A lo largo del año se mantuvieron diferentes contactos y reuniones, y se enviaron documentos al representante de UGT, incluido documento final con detalle de medidas del Plan de Igualdad (tras validación de Diagnóstico y Auditoría Retributiva). Se realiza el registro del Plan desde la constitución de la Comisión, a fin de cumplir con el plazo de un año, aunque finalmente la Administración ha resuelto que es imprescindible la validación de la parte social (que finalmente no conseguimos por incomparecencia del sindicato), lo que nos llevará a revisar y concluir el proceso en el próximo año.
- DZ LICORES, S.L. Esta empresa ha logrado, al final del presente año, el acuerdo, formalización y registro de su Plan de Igualdad, con la participación de la representante de los trabajadores del centro de trabajo de Dicastillo (Navarra) y una representante de UGT por el centro de trabajo sin representación de los empleados/as. Está prevista la publicación y puesta en marcha de las concretas medidas incluidas en dicho Plan a lo largo del próximo año.
- BODEGAS RAMON BILBAO, S.A.: También en esta sociedad se ha llegado al acuerdo y formalización de su Plan, con la participación de representantes de UGT y CCOO, como sindicatos más representativos, y dos representantes del Comité de Empresa del centro de trabajo de Haro. Está previsto el registro en el REGCON a principios del próximo año, con posterior publicación y puesta en marcha de las medidas recogidas.
- ZAMORA COMPANY ESPAÑA, S.L.: En esta empresa, y con cierto retraso por la falta de respuesta de los sindicatos más representativos, se constituyó la Comisión en el mes de abril con la participación de UGT. Se pasó cuestionario a los empleados, y se realizaron los documentos de Diagnóstico y Auditoría salarial, que se han revisado a solicitud de la parte social. En los primeros meses del año próximo esperamos concluir documento con medidas para el Plan de Igualdad y registro.

Hay que destacar que las medidas contempladas en los Planes ya registrados son, en general, comunes, y la puesta en marcha de las diferentes acciones está previsto se apliquen al resto de sociedades.

○ **Diversidad funcional:**

En 2022 contamos en nuestra plantilla con 10 empleados con algún tipo de discapacidad, es decir, un 1,9%, lo que implica un avance en este sentido en

los dos últimos años (dato de 1,4% en el periodo 2020).

- **Diversidad cultural:**

En 2022 contabilizamos 21 nacionalidades frente a las 16 del ejercicio anterior, siendo un 78,72% de españoles, un 9,04% estadounidenses, un 3,58% italianos y un 2,26% alemanes. El porcentaje restante corresponde a datos muy atomizados, ya que en la actividad agraria contamos con personal de diferentes procedencias.

- **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 2022 se mantienen muy similares los indicadores de diversidad generacional: el porcentaje más elevado, en torno al 65% de nuestros empleados, se encuentran en la franja de edad entre los 30 y los 50 años. Un 22 % se encuentra por encima de los 50 años, y el menor porcentaje, en torno a un 13%, 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.

Ya en el año 2020 se aprobó 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.
- **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.

El Código Ético y de Conducta ha sido modificado en 2022 para incluir la **nueva plataforma de canal de denuncias** lanzada en septiembre de 2022. Esta nueva versión del Código Ético y de Conducta ha sido aprobada por el Consejo de Administración del Grupo en la reunión celebrada el 28 de abril de 2022 y publicada en la web de Zamora Company.

Asimismo, en septiembre de 2022 el Consejo de Administración del Grupo aprobó un **Código Ético para Proveedores**, que desarrolla las normas básicas de conducta establecidas específicamente para proveedores. Este código refleja las prácticas, normas y principios empresariales que sustentan la base para desarrollar y mantener relaciones comerciales estables, de confianza y duraderas con los Proveedores de Zamora Company, con el objetivo de lograr la mejora continua y la excelencia en toda nuestra cadena de suministro.

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 2022 se puso en marcha la nueva plataforma de comunicación de denuncias, a la que puede accederse desde la página web de la compañía y disponible para todos los empleados y compañías que colaboran con el Grupo en cuatro idiomas (inglés, español, alemán e italiano). Este sistema permite 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 2022, 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 el año 2022 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 que provocó la pandemia, en su momento 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.

Desde su aprobación en 2022, el nuevo **Código Ético de Proveedores**, que entre otros aspectos recoge los citados estándares éticos de conducta, está siendo incorporado a los contratos suscritos con proveedores del Grupo.

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 se ha explicado también 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 Anticorrupción (nueva):** aprobada por el Consejo de Administración el 30 de septiembre de 2022, esta política tiene por objeto establecer los principios que deben guiar la conducta de todos los empleados y administradores de las empresas del Grupo Zamora Company con respecto a la prevención, detección, investigación y remedio de cualquier práctica corrupta en el seno de la organización.

En la medida en que resulte aplicable y siempre que el Grupo tenga capacidad para hacerla efectiva, esta política se dirige a: accionistas, miembros del Consejo de Administración, directivos y empleados del Grupo, estudiantes en prácticas y becarios, clientes y proveedores.

La Política Anticorrupción se rige por los siguientes principios:

- Rechazo absoluto a cualquier acción u omisión que se encuentre relacionada, directa o indirectamente, con actos de corrupción. Incluye situaciones en las que los sujetos obligados se colocan en un contexto de ignorancia consciente o deliberada respecto a actos de obligado conocimiento por su parte.
  - Prohibición de actuaciones ilícitas y/o que no estén alineadas con la normativa vigente, incluyendo lo dispuesto en la política, bajo la premisa que se está actuando a favor del Grupo, con independencia del posible beneficio económico generado.
  - Obligación de los sujetos obligados de informar sobre cualquier hecho que conozcan y que contravenga lo dispuesto en la política. Esta comunicación deberá realizarse a través del Canal de Denuncias habilitado por Zamora Company.
  - Observancia de unos estándares de comportamiento leal en el mercado, acorde con los principios que garantizan una libre competencia.
- **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.

- **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, como el procedimiento, las responsabilidades y las 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 anteriormente, en el punto 1.2.2. de este informe, en 2022 se lanzó un nuevo sistema de comunicación de denuncias, a través de una plataforma que cumple con las exigencias derivadas de la Directiva Europea 2019/1937 y la normativa española de desarrollo.

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 2022 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 y en reforzar el conocimiento del Código Ético y de Conducta y el Canal de Denuncias por parte de los empleados del Grupo.

En febrero de 2022 los equipos de Ventas y Marketing de Zamora Company España, S.L.U. realizaron una formación online seguida de la entrega de materiales recordatorio (ya entregados al equipo de Internacional) con las principales pautas de actuación exigidas por esta normativa. Dicha formación se reforzó presencialmente para los equipos nacionales de Ventas y Marketing en una sesión recordatorio que tuvo lugar durante la convención de ventas 2022 de Zamora Company España

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 2022 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 **650.000 €** a las siguientes causas y proyectos de colaboración con distintas entidades sociales:

- Ayudas a familias en situación de vulnerabilidad:

- Proyecto Apoyo Integral a Personas en Situación de Pobreza Cronificada (Cruz Roja)
- Cáritas Parroquiales (Cáritas)
- Proyecto Vía Inclusión (Fundación Tienda Asilo de San Pedro)
- Ayuda a los Damnificados por el conflicto en Ucrania (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)
  - Comedor Social (Fundación Hospitalidad Santa Teresa)
  
- Inserción laboral:
  - Proyecto Primeras Oportunidades (Cruz Roja)
  - Proyecto Puentes Para el Empleo: Itinerarios Para la Igualdad (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)
  - Proyecto Pretaller Carnicería (Cáritas)
  
- Infancia en riesgo de exclusión:
  - Proyecto de Inclusión de niños/as en riesgo de exclusión (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 promovidas desde Zamora Company y realizadas a nivel particular por el equipo humano de la compañía:



- 
- Aportaciones particulares a Cruz Roja para ayuda a los damnificados por el conflicto en Ucrania a través de la plataforma online corporativa habilitada para ello.
  - Participación en El Árbol de Los Sueños. Iniciativa promovida por Caixabank para la recogida de juguetes para niños sin recursos.

## 6. SOCIEDAD

El **Plan de Empresa Consciente** de Zamora Company refleja como pilar básico, **satisfacer las necesidades de consumidores y sociedad**, poniendo especial foco en **las comunidades locales**, asumiendo como nuestra responsabilidad corporativa responder a sus **demandas, preferencias y necesidades**, buscando **soluciones reales** y **compartiendo valor** con quienes nos han visto crecer y nos nutren de los recursos que necesitamos.

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

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

La estrategia del negocio de Zamora Company está enfocada y alineada con la consecución de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** marcados por la **Agenda 2030 de Naciones Unidas**, y son numerosas las acciones específicas que cada año desarrollamos, 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 las diferentes marcas de Grupo siguen manteniendo con el desarrollo sostenible, ya desde 2021 nuestra Bodega Ramón Bilbao ha sido 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, que también fue la 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 está adherida 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, se continúa apoyando a la Federación Española del Vino (FEV) en su apuesta por la digitalización a través 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 ya en el 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.
4. Para los canales: cuidar a los clientes.

Zamora Compay ya trabaja también de la mano de la FEV para considerar la **nueva normativa europea de etiquetado del vino** que en diciembre de 2023 entrará en vigor de forma definitiva.

Dicha normativa obliga a incluir en el etiquetado electrónico de manera obligatoria los tres pictogramas existentes que recomiendan que no se consuma vino en determinadas circunstancias personales (menores de edad, mujeres embarazadas y si se va a conducir). Asimismo, incluir de manera obligatoria en el etiquetado electrónico mensajes de riesgo y de consumo moderado.

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

- Programa "Menores: ni una gota".
- Campaña "Sal de cuentas con cero en alcohol", dirigido a embarazadas y madres lactantes.
- Participación en *Noc-turnos*, programa contra el binomio alcohol y conducción.
- Campaña de prevención de consumo abusivo en la Comunidad Universitaria.
- Campaña "Tú Sirves, Tú Decides": concienciación al sector hostelero para un servicio responsable de bebidas con contenido alcohólico.
- Campañas de colaboración con distribuidores para el fomento de una venta responsable de bebidas alcohólicas.
- Apoyo a la Fundación Alcohol y Sociedad en diferentes iniciativas para promover el consumo cero en menores, embarazadas y madres lactantes.

Por otra parte, cabe mencionar que el Grupo Zamora Company forma parte desde 2021 del patronato de la **Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición (FIVIN)**, reforzando su labor en la defensa del **consumo responsable y moderado de vino**, compatible como parte de una alimentación sana y equilibrada, 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 2022, la acción social del Grupo se ha centrado en, seguir apoyando iniciativas de ayuda a la población más desfavorecida, destinando más de **650.000 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, proporcionar alimentos y artículos de primera necesidad, facilitar la inserción laboral y contribuir a la formación ocupacional.

En este año en concreto, debido a la situación excepcional generada, se han realizado varias aportaciones expresamente destinadas a los damnificados por el conflicto de Ucrania a través también de Cruz Roja.

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

Como reconocimiento a nuestro compromiso, el Patronato de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid ha otorgado a Zamora Company un reconocimiento por su importante colaboración y solidaridad con dicha Fundación durante los años de máxima necesidad 2020 y 2021. En octubre de 2022 se hizo entrega de esta distinción acreditativa.

También las marcas del grupo demuestran su compromiso a través de sus propias iniciativas de acción social. Por mencionar algunos ejemplos:

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 2022 se adquirieron **del orden de 13.000 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 2022 se ha reanudado la normalidad en los servicios de visitas y otras actividades dejando atrás las limitaciones COVID, que han estado condicionando esta área en los dos últimos años. Además, hemos iniciado el

servicio de visitas guiadas en la destilería de pacharán Zoco en Dicastillo (Navarra).

Durante el 2022 ha mejorado la calidad en la atención al visitante en todos los centros, ya que se ha reducido el tamaño máximo de los grupos con el fin de poder personalizar más cada contacto con quién decide acercarse a Mar de Frades, Ramón Bilbao y Experiencia 43.

En nuestras bodegas se ofrece 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.

Asimismo, el visitante a Experiencia 43 puede recoger fruta en el huerto que rodea las instalaciones y elaborar su propio cóctel guiado por expertos.

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 visitas con catas armonizadas con un surtido de quesos locales o de chocolates de distintas procedencias. Existe un servicio de restauración para el consumidor que Ramón Bilbao ha abierto 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 Rueda, Ramón Bilbao también abre las puertas de su bodega de Rueda durante la vendimia.

Hay experiencias de vendimia disponibles también en Ramón Bilbao Haro y en Mar de Frades.

#### ▪ **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 2022, el Grupo ha mantenido su política de patrocinios en apoyo a la cultura y el arte. Algunos ejemplos de nuestra actividad:

**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, con la **edición limitada diseñada por Lorenzo Caprile** en 2022, Mar de Frades cierra una década de maridaje con el mundo del diseño y la moda. Desde 2012 nombres como Laura Ponte, Miguel Palacio, Alvarno, Jorge Vázquez, Duyos, Jorge Vázquez, Duyos, Ana Locking, Agatha Ruiz de la Prada, The 2nd Skin Co. O Moisés Nieto, han sido los responsables de vestir a la icónica botella de Mar de Frades con una "segunda piel" para su edición limitada.

Destaca también un año más la colaboración de Mar de Frades en el **Festival de San Sebastián**. Por quinto año consecutivo, la bodega gallega puso en marcha la Ruta Atlántica de pintxos en diferentes restaurantes y bares de la capital guipuzcoana coincidiendo con su famoso festival de cine.

Por su parte, Bodegas **Ramón Bilbao** lanzó en 2022 una nueva imagen mas sostenible coincidiendo además con el inicio de una nueva campaña bajo el título **'El viaje comienza aquí'**. Para ello contó con cuatro protagonistas de excepción muy vinculados al mundo de la cultura y el arte, y que comparten los mismos valores que la propia marca: la escritora María Dueñas, el chef Ignacio Echepresto, el cantante Pol 3.14 y el actor Juanlu González que protagonizaron el vídeo principal de la campaña, mostrando lo que para ellos puede implicar comenzar un viaje.

También Ramón Bilbao continuó en este año 2022 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.

En julio de 2022, Spanish Wine Academy celebró en Suiza la primera sesión del programa formativo de Bodegas Ramón Bilbao, donde participaron una treintena de sumilleres, importantes figuras del mundo de la sumillería y la enología, y donde se cataron varios de los mejores vinos españoles que hoy en día se pueden encontrar en el mercado helvético.

Hay que destacar también el caso de **Villa Massa**, comprometida a trabajar con los mejores ingredientes naturales de Italia, usando métodos tradicionales que estimulan al máximo los sabores y los aromas premium que destacan en el icónico limoncello. En 2022, la marca ha dado un paso más en su búsqueda de la excelencia, al formar parte de **The World's 50 Best Restaurants**, el prestigioso ranking de excelencias culinarias.

También en el plano más internacional, nuestra ginebra **Martin Miller's Gin** ha mantenido su apoyo continuado al arte emergente, a través de una nueva colaboración con **StART Art Fair**, una feria de arte contemporáneo que tuvo lugar en la prestigiosa Galería Saatchi en Londres. Martin Miller's Gin ha sido patrocinador oficial, además de otorgar un nuevo Premio de Arte que actuará como una plataforma para el futuro talento emergente.

Estos son solo algunos ejemplos de las numerosas acciones de apoyo a la cultura y el arte que cada año llevan a cabo nuestras marcas.

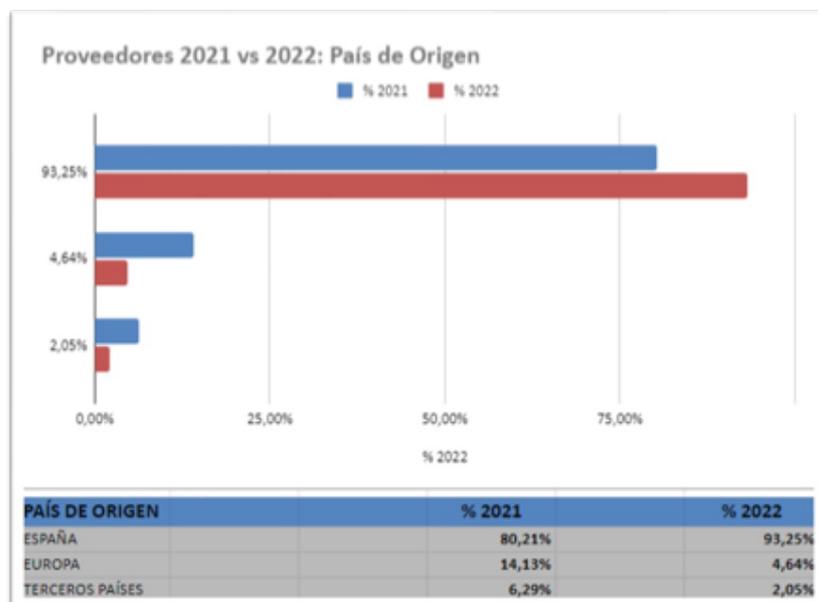
## 6.2. Subcontratación y proveedores

Una gestión eficiente y responsable de nuestra cadena de suministro es, sin duda, una de las piezas claves del éxito del Grupo Zamora Company; por ello, las políticas, procedimientos, e iniciativas que atañen a nuestros proveedores de bienes y servicios son objetivo de mejora continua año a año.

En 2022, el porcentaje de proveedores locales ha sido aun mayor que en el ejercicio anterior, debido fundamentalmente a dos factores determinantes:

1. El compromiso social de Zamora Company, apostando por los proveedores locales y nacionales, colaboradores tanto históricos de la compañía, como nuevos, que han sabido adaptarse a nuestro alto nivel de exigencia y calidad.
2. La implantación efectiva de nuestra **Política de Gestión de Riesgos**, de aplicación absolutamente imprescindible para la correcta gestión de nuestra cadena de suministros, más aún, en estos entornos y años tan complejos que estamos viviendo, entornos VUCA, de alta complejidad y muy cambiantes.

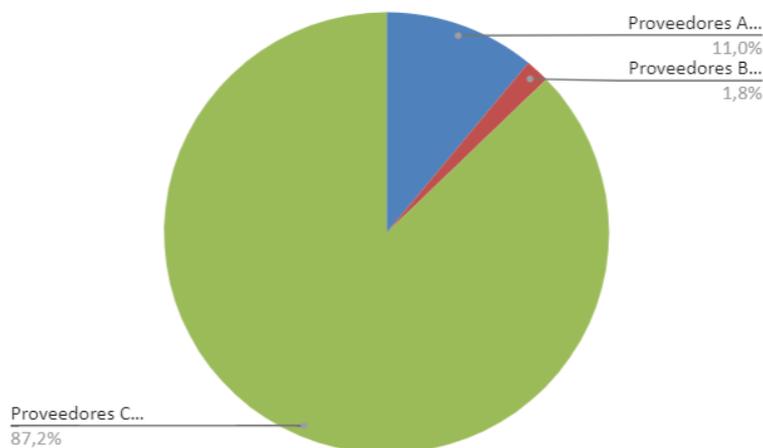
En 2022, **más del 90% de nuestros proveedores poseen CIF español**, en torno al 5% son proveedores europeos, y tan solo un 2% son de terceros países. Esta situación y la evolución respecto al periodo anterior se ve reflejada en el siguiente gráfico:



En 2022, el parque de proveedores de Zamora Company continúa siendo en número superior a 1.000 proveedores, incluyendo proveedores de todo tipo, materia prima, packaging, servicios, etc., sumando entre todos ellos un **importe total de compras superior a los 100 millones de euros**.

A continuación, se muestra de manera gráfica la clasificación de estos proveedores por nivel de 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%



Como se puede observar en el gráfico anterior, nuestro panel de proveedores es de alta complejidad. El gran número de proveedores que gestionamos, siendo el mayor grupo el de menor facturación, requiere de muchos recursos para su correcta gestión.

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**, tales como el cumplimiento del Código Ético por parte del proveedor, respeto por los Derechos Humanos, emisiones de GEI, medición de 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, así como 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.
- Asimismo, 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 su control.
- 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 procedimiento de Compras y Homologación de Proveedores atiende, entre otros aspectos de la operativa y la productividad, a la vigilancia del 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 dicho procedimiento, 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**, aprobada 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. En el ejercicio 2022 hemos evaluado a 10 proveedores.

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.

La última revisión del Procedimiento corporativo de Compras y Homologación de Proveedores se realizó en noviembre de 2020, y en 2021 se trabajó 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 siguiendo 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.

- **FASE 2:** La siguiente fase, desarrollada en 2022, nos permitió 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.

En 2022 se ha aumentado el perímetro y se ha auditado a más proveedores clave, que están incluidos en nuestro **Archivos de seguimiento de Certificaciones de Proveedores y sostenibilidad**.

A continuación, exponemos varios ejemplos de este tipo de proveedores clave en 2022, con alto nivel de certificación:

- VIDRALA, S.A.: Certificación ISO 14001. Cumplimiento vigente.  
*Proveedor Vidrio (packaging)*
- GUALA CLOSURES IBERICA, S.A.: Certificación ISO 14001. C. vigente.  
*Proveedor Tapones (packaging)*
- CRISTALCO IBERICA D.D.Y T. S.L.: Certificación ISO 14001. C. vigente.  
*Proveedor de Materia Prima*
- SMURFIT KAPPA ESPAÑA, S.A.: Política Sostenible y Forestal. Cumplimiento vigente. Compromiso de adquisición a corto plazo/medio plazo.  
*Proveedor de Cartón (packaging)*
- TEREOS FRANCE: Carta Compromiso Ético. Acuerdo Estratégico de suministro de fructosa para producir bioplástico PEF en base a FDCA.  
*Proveedor de Materia Prima*

En este 2022 continuamos potenciando nuestra visión de **mejora continua** con todos nuestros proveedores, retándoles tanto a mejorar en sus procesos y operaciones, desarrollos y soluciones internas, como a guiarnos y asesorarnos a nosotros, para mejorar cada día nuestra competitividad.

Esta visión se basa en **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 del presente informe, relativo a **Cuestiones medioambientales**, se han mostrado ya algunos de los acuerdos y actuaciones con proveedores destacadas en 2022, 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 pallets 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

En el Grupo 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 consumidores y clientes 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.

Escuchamos las necesidades de nuestros clientes y consumidores para lograr su máxima satisfacción, optimizando nuestros sistemas de calidad y seguridad alimentaria, e innovando de manera continua para adelantarnos a sus necesidades.

#### 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: 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 2022 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), 5,5 jornadas  
Houston, EEUU (Yellow Rose), 2 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 2021 se ha mantenido en el nivel básico. 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 tiene 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 mantiene directrices eficaces para recopilar, analizar y utilizar la información sobre la **satisfacción de clientes y consumidores** 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.

Además de la relevancia que para nosotros tienen los consumidores finales de nuestro productos, prestamos especial atención a nuestros distribuidores, clientes a quienes consideramos como partners para el desarrollo de nuestro negocio, manteniendo con ellos una relación muy cercana.

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 2022 y de manera comparativa con el 2021 se han obtenido los siguientes datos:

Indicadores de calidad / relación con clientes	2022	2021
• Número de reclamaciones justificadas	35	66
• Número de reclamaciones justificadas por millón de litros producidos	1,26	2,79

El indicador de número de reclamaciones por millón de litros producidos ha bajado respecto al dato de 2021 debido fundamentalmente a que sigue en aumento la producción en nuestros centros y que no hemos tenido circunstancias anormales que provocaron un aumento de las reclamaciones, como ocurrió en años precedentes.

Asimismo, hay que destacar la nueva herramienta de control y gestión de reclamaciones para todas las marcas del grupo con el programa Salesforce. Así, si tenemos en cuenta otras marcas producidas por co-packers, el número de reclamaciones fue de 60 en total (28 en marcas de co-packers), con una ratio de 3,86 reclamaciones por cada millón de unidades vendidas.

Las reclamaciones recogidas por Zamora Company en 2022 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, por ejemplo, u otras percepciones olfato - gustativas). El resto de las reclamaciones están relacionadas con elementos defectuosos o ausentes en las presentaciones (defectos en las tapas, en los corchos o en las cápsulas) y, sobre todo, falta de unidades en cajas por error o sustracción.

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.

En 2022 ha destacado también el aumento de consultas por parte de consumidores en relación con los ingredientes presentes en los productos, alergias y otras preguntas de carácter técnico.

### 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.

Como ejemplos de nuestros productos innovadores destacamos los siguientes:

**Ramón Bilbao** dispone de una 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.

En 2022 Ramón Bilbao ha lanzado su nueva botella bordelesa más ligera, que supone un paso más en nuestro camino de empresa consciente. Este cambio afecta al 84% del volumen de ventas del portafolio y nos convierte en una bodega más sostenible, además de ayudarnos a cumplir nuestro compromiso con Wineries for Climate Protection.

Hay que destacar también los **vinos certificados veganos de Mar de Frades**.

En 2022 se ha lanzado **Mar de Frades Finca Monteveiga**, con el objetivo de completar nuestra propuesta de terruño en Rías Baixas. Un vino procedente de la Ribera del Ulla con una influencia más continental. **Finca Valiñas**, vino icónico de la bodega, ha evolucionado su packaging para transmitir unos valores más de finca y más elevados con una etiqueta que nos transfiere directamente a las olas y al carácter salino del Salnés y haciendo gama con Finca Monte Veiga. Ambos vinos embotellados en nuestro azul icónico con una botella grabada borgoña que mejora la percepción de nuestra marca. Ambos vinos son únicos en la región tanto por el viñedo del que proceden como por ser vinos blancos de guarda que demuestran la gran complejidad que la uva albariño puede conferir.

Por su parte, **Cruz de Alba** certifica **Finca los Hoyales**, vino icono de la bodega en ecológico con la añada 2017. Nuestro viñedo certificado en ecológico desde el año 2015 también se beneficia de la agricultura regenerativa de nuestras prácticas biodinámicas que empleamos en el campo, una viticultura respetuosa que nos permite ser más sostenibles con nuestra tierra y también con nuestros consumidores al crear vinos libres de sustancias nocivas. En el 2022 estamos aplicando dichas técnicas con el objetivo de conseguir la certificación Demeter en el 2023.

Por su parte, Lolea dispone de una variedad orgánica, **Lolea Garnacha**, y de su variedad **Lolea N°1 en formato lata**, que la convierte en el aperitivo perfecto fácil de llevar, refrescante, lleno de sabor y listo para tomar. Este producto lanzado en 2021 ha sido reconocido en 2022 con la medalla de doble oro en San Francisco World Spirits Competition y ha recibido también la medalla de oro en los SIP Awards.

En la categoría de espirituosos, destacar como ejemplo los **nuevos vermouths de Villa Massa**. Las nuevas expresiones superpremium son **Vermouth Giardino Tradizionale Rosso** y **Mediterranean Dry**. Es un estilo innovador y más ligero que los vermouths franceses e italianos por su "sabor fresco a cítricos y su ligera salinidad". Los embotellados se han elaborado con ingredientes de diferentes regiones de Italia: los Alpes italianos para el Vermouth Giardino Tradizionale, y Sorrento para el Mediterranean Dry.

También destacamos el **Martin Miller's Summerful Gin** como otra de las innovaciones que se suman al portfolio de Zamora Company, producto que suma una destilación adicional de romero inglés y tomillo ártico de Islandia a la fórmula original de Martin Miller's Gin.

**Yellow Rose Harris County** es un bourbon artesanal que ya se comercializa en España desde 2021. Está 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 fue el 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, también ya en el 2021 se añadieron otros dos nuevos productos innovadores a la **gama de cócteles enlatados: Licor 43 Milk** y **Licor 43 Nitro & Coffee**.

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 2022 revalidó su inclusión por cuarto 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 2022.**

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.

Por otra parte, mas allá de la innovación en producto, desde los sectores del vino y las bebidas espirituosas se ha puesto en marcha una **innovadora iniciativa para el etiquetado digital** de los productos que brinde a los consumidores de la UE, a través de códigos QR con solo un clic, una información estandarizada, completa y multilingüe, 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.

Por último, hay que destacar también el reconocimiento obtenido por Zamora Company, por su actuación durante la pandemia, en los premios **Just Drinks Excellence Awards**, que celebran los mayores logros e innovaciones de la industria mundial de las bebidas, ofreciendo una plataforma para reconocer a las personas y a los propietarios de marcas que están impulsando el cambio.

#### 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.

Como ejemplo del avance del Grupo en el ámbito de la transformación digital y de cómo está aplicando las últimas tendencias para gestión de la información, queremos destacar la invitación a Zamora Company para participar en el **Gartner Data Analytics Summit 2022**, la reunión más importante del mundo de líderes de datos y análisis. Es un hecho relevante, puesto que no es habitual que una empresa no tecnológica tenga visibilidad en este tipo de eventos.

En el periodo 2020-2022 **no se han detectado incidencias relativas a la seguridad de la información.**

#### 6.4. Información fiscal

- **Beneficio consolidado después de impuestos**

A continuación, se detallan los beneficios de 2021 y 2022 de acuerdo con las Cuentas Anuales Consolidadas de los correspondientes ejercicios:

Países	AÑO 2022 Resultado después de Impuestos (BDI) (€)	AÑO 2021 Resultado después de Impuestos (BDI) (€)
Nacional	20.402.337	19.280.681
Intracomunitario	490.987	29.739
Resto del Mundo	(53.117)	(2.762.633)
<b>TOTAL</b>	<b>20.840.207</b>	<b>16.547.787</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 2021 y 2022:

	<b>AÑO 2022</b>	AÑO 2021
<b>Nacional</b>	5.555.972	(4.843.315)
<b>Extranjero</b>	1.574.875	(655.338)
<b>Ajustes impositivos derivados del proceso de consolidación</b>	(2.049.597)	(1.693.274)
<b>TOTAL</b>	<b>5.081.250</b>	<b>(7.191.927)</b>

- **Subvenciones públicas recibidas:**

El saldo final de las subvenciones públicas recibidas por la compañía en 2022 fue de **367.353 euros**.

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

2022						
Entidad otorgante	Origen	Saldo inicial	Altas	Efecto fiscal	Imputación a resultados	Efecto fiscal
Instituto de Fomento de la Región de Murcia	Administración autonómica	173.270	33.615	(8.404)	(14.503)	3.626
Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja	Administración autonómica	1.146.845	333.738	(83.435)	(234.088)	58.522
Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León	Administración autonómica	838.905	-	-	(83.055)	20.763
Xunta de Galicia	Administración autonómica	412.477	-	-	(44.479)	11.120
Otros	Otros	-	-	-	-	-
		<b>2.571.497</b>	<b>367.353</b>	<b>(91.839)</b>	<b>(380.545)</b>	<b>98.450</b>

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

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI 2021	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 2-1, 2-2, 2-6 y 2-9	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 2-22, 2-23 y 2-24 GRI 3-3	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 2-25	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 2-25 GRI 3-3	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 2-24	2.1.

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI 2021	Cap. EINF
	- Provisiones y garantías para riesgos ambientales.	GRI 3-3	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 2-25 GRI 3-3	2.3.
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 2-25 GRI 3-3 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 3-3 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 3-3 Emisiones	2.4.
	Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones GEI y medios para tal fin.	GRI 3-3 Emisiones	2.3 y 2.4.
Protección de la biodiversidad	Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 3-3 Biodiversidad GRI 2-25	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 2-7 y 2-8 GRI 401-1	3.1.

<sup>1</sup> El alcance de la información abarca un perímetro del 99,1% del grupo en el ejercicio 2022, lo equivalente a 531 empleados de los 536 contabilizados entre las sociedades nacionales e internacionales incluidas.

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI 2021	Cap. EINF
	- Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	GRI 405-1	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 2-19 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 3-3 Empleo	3.1. y 3.2.
	- Empleados con discapacidad.	GRI 405-1	3.1.
Organización del trabajo	- Organización del tiempo de trabajo.	GRI 3-3 Empleo	3.2.
	- Número de horas de absentismo.	GRI 403-9	3.3.
	- Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 3-3 Empleo	3.7 y 4.3.
Salud y seguridad	- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 3-3 SSL	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 3-3 Relaciones trabajador-empresa	3.4.
	- Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo.	GRI 2-29 y 2-30	3.4.

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI 2021	Cap. EINF
	- Balance de los convenios colectivos en el campo de la salud y seguridad en el trabajo.	GRI 2-30 GRI 403-4	3.3.
Formación	- Políticas de formación.	GRI 3-3 Formación 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 3-3 Diversidad, igualdad de oportunidades No discriminación	3.6.
Igualdad	- Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.		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 2-25 GRI 3-3	4 y 6.3.5.
	- Medidas de prevención y gestión de los posibles abusos cometidos.	Evaluación de derechos humanos.	4
	- Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.	Libertad de asociación y negociación colectiva.	4
	- Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.	Trabajo infantil. Trabajo forzoso u obligatorio.	4.2.
	- Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación y del trabajo forzoso u obligatorio; abolición efectiva del trabajo infantil	Privacidad GRI 406-1, 407-1, 408-1, 409-1 y 418-1	4.3. y 4.4.
<b>Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno</b>			

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI 2021	Cap. EINF
Corrupción y soborno	- Medidas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 2-25 y 2-27 GRI 3-3 Anticorrupción	1.2.2. y 5.1.
	- Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.		1.2.2. y 5.1.
	- Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	GRI 413-1	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 GRI 3-3	6.1.
	- Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.	Compromiso con las comunidades locales	6.1.
	- Relaciones con las comunidades locales.	GRI 413-1	6.1.
	- Acciones de asociación o patrocinio.	GRI 2-28	6.1.
Subcontratación y proveedores	- Inclusión de cuestiones ESG en las compras.	GRI 2-25 GRI 2-6	6.2.
	- Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	GRI 3-Prácticas de adquisición	6.2.
	- Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	GRI 308-2 GRI 414-2	6.2.
Consumidores	- Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	GRI 3-3 Salud y seguridad en clientes	6.3.1., 6.3.2. y 6.3.4.
	- Sistema de gestión de reclamaciones y quejas recibidas.	GRI 416-1 y 416-2	6.3.3.
Información fiscal	- Beneficios obtenidos por país.	GRI 201-1	6.4.
	- Impuestos sobre beneficios pagados.		6.4.
	- Subvenciones públicas recibidas.	GRI 201-4	6.4.



Sede Madrid:  
Calle Pleyades, 23  
28023 Aravaca  
Madrid (España)  
(+34) 91 3821356

**DIEGO ZAMORA S.A.**  
Sede Cartagena:  
Calle Silicio, 10  
Pol. Ind. Los Camachos  
30369 Cartagena (España)  
Apartado de Correos 121  
(+34) 968 510200

[info@zamoracompany.com](mailto:info@zamoracompany.com)

**Doña Patricia Reverter Guillot**

Torre Cristal  
Paseo de la Castellana, 259 C  
28046 Madrid

26 de mayo de 2023

Estimados señores:

En relación con la revisión del **Estado de Información No Financiera del Informe de Gestión de Diego Zamora, S.A. y sociedades dependientes (en adelante, Grupo Zamora o el Grupo)** correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2022, por la presente les manifestamos que según nuestro leal saber y entender:

- 1) Somos responsables de la formulación, preparación y presentación del citado **Estado de Información No Financiera del Informe de Gestión (en adelante EINF)**.
- 2) Ciertas manifestaciones incluidas en esta carta están limitadas a asuntos que son significativos o materiales. Entendemos que la información es significativa o material, independientemente de su magnitud, si una omisión o un error de la misma, en base a las circunstancias existentes, pudiera influir en las decisiones de los usuarios tomadas en el contexto del EINF en su conjunto.
- 3) La información incluida en el EINF ha sido obtenida de la documentación y registros en materia de información no financiera del Grupo, los cuales recogen la totalidad de sus actuaciones significativas en esta área, y contienen la información necesaria y suficiente para una interpretación y comprensión adecuada de la situación del Grupo, a la fecha de cierre del ejercicio en cuanto a información no financiera.
- 4) Les hemos facilitado toda la información pertinente y relevante en relación con el contenido del EINF, así como todos los registros y datos relativos al mismo en los cuales figuran la totalidad de las actuaciones del Grupo en materia de información no financiera. Asimismo, no les hemos limitado el acceso a ninguno de los registros, documentación e información que nos ha sido solicitada en relación con el contenido del EINF.
- 5) Entendemos por el término "irregularidad" los actos u omisiones intencionados, cometidos por la Dirección, los empleados del Grupo o terceras personas ajenas a ésta, que alteran la información contenida en su EINF. La irregularidad implica entre otros la manipulación, falsificación o alteración de registros o documentos, la supresión u omisión de información en los registros o documentos, el registro de actividades ficticias y la aplicación indebida o intencionada de cálculos erróneos.

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





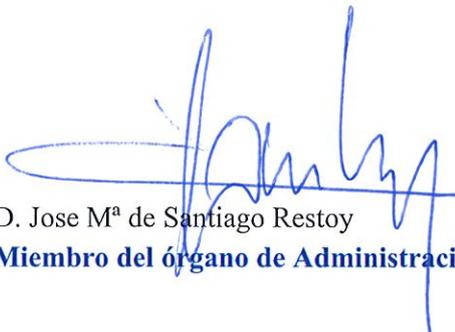
Sede Madrid:  
Calle Pleyades, 23  
28023 Aravaca  
Madrid (España)  
(+34) 91 3821356

**DIEGO ZAMORA S.A.**  
Sede Cartagena:  
Calle Silicio, 10  
Pol. Ind. Los Camachos  
30369 Cartagena (España)  
Apartado de Correos 121  
(+34) 968 510200

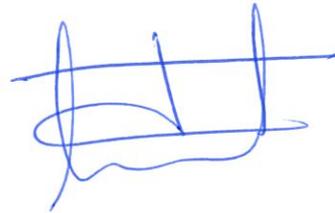
[info@zamoracompany.com](mailto:info@zamoracompany.com)

- 6) No tenemos conocimiento de la existencia de errores e irregularidades significativas que pudieran tener un efecto significativo en el contenido del EINF.
- 7) Consideramos razonables las hipótesis significativas que hemos utilizado para realizar cualquier estimación material sobre la información no financiera incluida en el EINF.
- 8) No tenemos conocimiento de la existencia de deficiencias de control interno relevantes que afecten a la preparación y contenido del EINF,
- 9) Desde la fecha de cierre del ejercicio que cubre el EINF, hasta la fecha de esta carta, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno o ha llegado a nuestro conocimiento información que pudiera afectar significativamente al contenido de dicho EINF y que no estuviera reflejada en el mismo.
- 10) Les adjuntamos a esta carta copia del contenido del EINF correspondiente al ejercicio anual terminado en 31 de diciembre de 2022, objeto de su revisión.

Atentamente,



D. Jose Mª de Santiago Restoy  
**Miembro del órgano de Administración**



D. Montserrat Diez Rivas  
**Directora Global Business Services**

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

