



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

**Informe de Verificación Independiente de la  
Memoria de Empresa Consciente - Estado de  
Información no Financiera consolidado 2023**

Member of



Alliance of  
independent firms



## INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DE LA MEMORIA DE EMPRESA CONSCIENTE - ESTADO DE INFORMACION NO FINANCIERA CONSOLIDADO

### A los accionistas de Diego Zamora, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, de la Memoria de Empresa Consciente - Estado de Información No Financiera consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2023, de Diego Zamora, S.A. (en adelante la Sociedad) y sociedades dependientes (en adelante el Grupo), que forma parte del Informe de Gestión consolidado del Grupo.

---

### Responsabilidad de los administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de la Sociedad. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la "Tabla de contenidos de la Ley 11/2018" incluida en el Anexo del citado Estado.

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

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

---

### Nuestra independencia y control de calidad

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

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad (NIGC) 1, que requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad que incluya políticas y procedimientos relativos al cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y requerimientos legales y reglamentarias aplicables.

Member of



Alliance of  
independent firms

Avda. General Perón 38, 28020 Madrid  
Tel. +34 912 037 400  
www.auren.com

AUDITORÍA Y ASSURANCE



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

---

### **Nuestra responsabilidad**

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

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

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

- Reuniones con el personal del Grupo, para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2023 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en el capítulo 3.3 "Asuntos materiales de Zamora Company", considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2023.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2023.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2023 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

Member of



Alliance of  
independent firms

---

### Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de Diego Zamora, S.A. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2023 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados, descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la "Tabla de contenidos de la Ley 11/2018" incluida en el Anexo del citado Estado.

---

### Uso y distribución

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

AUREN AUDITORES SP, S.L.P

Juan José Jaramillo

23 de mayo de 2024

INSTITUTO DE CENSORES  
JURADOS DE CUENTAS  
DE ESPAÑA

AUREN AUDITORES SP,  
S.L.P.

2024 Núm. 01/24/00893

SELLO CORPORATIVO: 30,00 EUR

Sello distintivo de otras actuaciones

---

# MEMORIA DE EMPRESA CONSCIENTE 2023

---

GRUPO EMPRESARIAL ZAMORA COMPANY



Estado de Información No Financiera

## ÍNDICE

1.	LA COMPAÑÍA .....	4
1.1	Grupo Zamora Company: quiénes somos .....	4
1.2	Historia de la compañía .....	5
1.3	Presencia en el Mercado .....	5
1.4	Principales magnitudes.....	7
1.5	Nuestra identidad.....	8
2.	NUESTRAS MARCAS CONSCIENTES .....	10
2.1	Marcas actuales.....	11
2.2	Marcas asequibles .....	12
2.3	Marcas honestas .....	13
2.4	Marcas sostenibles .....	14
2.5	Marcas comprometidas .....	15
3.	NUESTRO MODELO DE EMPRESA CONSCIENTE .....	17
3.1	Plan estratégico de empresa consciente .....	17
3.2	Escuchando al entorno .....	20
3.3	Asuntos materiales de Zamora Company .....	22
4.	BUEN GOBIERNO CORPORATIVO .....	26
4.1	Gobierno Corporativo .....	26
4.2	Sistema de Gestión de Riesgos y Compliance .....	29
4.3	Prevención de la Corrupción y el Soborno .....	31
4.4	Compromiso con los Derechos Humanos.....	35
4.5	Adhesión a Iniciativas externas .....	37
5.	EMPLEADOS EMPODERADOS.....	40

5.1	Nuestro equipo .....	40
5.2	Desarrollo profesional .....	41
5.3	Formación: .....	45
5.4	Salud, seguridad y bienestar laboral.....	48
5.5	Conciliación, diversidad e inclusión .....	50
5.6	Equipo consciente.....	52
6.	CONSUMIDORES Y CLIENTES .....	55
6.1	Consumidores conscientes .....	55
6.2	Satisfacción de clientes y consumidores.....	56
6.3	Innovación sostenible .....	63
6.4	Premios y reconocimientos .....	65
7.	COMPROMISO CON EL PLANETA.....	67
7.1	Acción por el clima.....	71
7.2	Circularidad .....	78
7.3	Protección de la Biodiversidad .....	86
8.	PROVEEDORES CONSCIENTES .....	87
8.1	Compra y contratación responsable .....	87
8.2	Proveedores como partners de nuestro negocio.....	91
9.	NUESTRA VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD.....	98
9.1	Filantropía corporativa.....	98
9.2	Compromiso con el desarrollo local, la cultura y el arte .....	100
	ANEXO TABLA DE CONTENIDOS DE LA LEY 11/2018.....	105

# 1. LA COMPAÑÍA

## 1.1 Grupo Zamora Company: quiénes somos

Zamora Company es una empresa española de capital 100% familiar, especializada en la producción y comercialización de licores y vinos de alta calidad, con un enfoque claro en la satisfacción del cliente y en el desarrollo de marcas premium. Con una reputación global bien establecida, cuenta con un equipo internacional altamente experimentado y una amplia gama de productos, respaldados por instalaciones de producción en España, Italia y los EE. UU.

Con una fuerza laboral de más de 500 empleados en todo el mundo, en Zamora Company cada individuo, único en su propia manera, comparte un fuerte compromiso y responsabilidad para llevar adelante cada proyecto. Estos profesionales, inspirados en los valores fundamentales de los fundadores, son la columna vertebral de la empresa, modelando su identidad y diferenciándola de otras en su sector.

Durante el transcurso del año 2023, la compañía ha progresado en la elaboración y aprobación del nuevo plan estratégico a largo plazo, respaldado por:

### Tres pilares:

- ♣ Construcción de marcas:
- ♣ Innovación
- ♣ Ruta al Mercado

### Dos habilitadores claves:

- ♣ Talento
- ♣ Transformación digital

### Un facilitador de la estrategia:

- ♣ Sostenibilidad



## 1.2 Historia de la compañía



### 2023- Refuerzo de áreas y funciones claves

Se ha avanzado en un ambicioso plan para reforzar las áreas y las funciones clave de la compañía, lanzando el proyecto "leaders forum", para fortalecer, destacar y poner en valor el rol de nuestros líderes.

## 1.3 Presencia en el Mercado

- ♣ Domicilio social Grupo Zamora Company: Calle Silicio nº 10, Polígono Industrial de los Camachos, Cartagena (Murcia).
- ♣ Sede central en Madrid: Calle Pléyades, 23, 28023 Aravaca
- ♣ Principales instalaciones industriales: Cartagena, Haro (La Rioja), Dicastillo (Navarra), Meis (Pontevedra), Rueda (Valladolid) y Madrid.
- ♣ Instalaciones y almacenes de distribución: Haro, Cartagena, Barcelona, Galicia, Navarra, Italia, Estados Unidos y Reino Unido principalmente.

### Tres líneas de Negocio:

- ♣ **Producción de vinos:** bajo el subholding de Ramón Bilbao Vinos y Viñedos, S.L., que engloba a las bodegas y 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 organiza por mercados, algunos de los cuales son atendidos mediante rutas propias del Grupo, mientras que para aquellos mercados donde no hay presencia directa se utiliza Zamora Company Global, S.L.U.

### Presencia internacional

#### Operamos en más de 80 países

50% mercado nacional

50% mercado internacional

- **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., RAMÓN 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).

## 1.4 Principales magnitudes

### Cifras 2023

Actividad en 80 países  
 8 Marcas propias de espirituosos  
 3 Marcas propias de vinos  
 Ventas por negocio: 57% espirituosos, 43% vinos  
 10 Plantas de producción en 4 países  
 7 Plantas de producción en España  
 + 170 Millones de copas  
 + 4 Millones de litros anuales de vino  
 + 9 Millones de litros anuales de licores

### Información fiscal

#### Beneficio consolidado después de impuestos

A continuación se detallan los beneficios después de impuestos por países para los ejercicios 2022 y 2023:

País	2022	2023
España	20.116.546	18.900.944
Italia	(-71.263)	(-59.967)
Inglaterra	527.829	(-102.991)
Alemania	562.250	135.951
EEUU	1.057.512	(-740.648)
México	(-904.237)	(-146.130)
Rep. Dominicana	(-17.477)	-
Hong Kong	(-430.593)	-
China	(-360)	(-100.177)
<b>Total</b>	<b>20.840.207</b>	<b>17.886.982</b>

#### Impuestos sobre beneficios pagados

Durante el ejercicio 2023 se han realizado pagos en concepto de impuesto sobre beneficios por importe de 6.057.173,04 euros.

#### Subvenciones públicas recibidas:

Por otra parte, en el ejercicio 2023 se han recibido subvenciones por importe de 301.248,86 euros, en España.

## 1.5 Nuestra identidad

- ♣ **Unique Brands:** La meta de la compañía es concebir, desarrollar y lanzar al mercado marcas exclusivas de vinos y licores de primera calidad, que sean únicas, deseables para los consumidores y se distingan de la competencia. Consideran que sus marcas son el corazón de la empresa, y su portafolio es la esencia misma de su identidad. No conformándose con cualquier marca; ya sean creadas internamente o adquiridas, estas deben destacarse siempre por su singularidad y diferenciación.
- ♣ **Global passionate Team:** La compañía está comprometida, orgullosa y profundamente apasionada por su labor. Cuenta con un extenso equipo internacional, diverso y talentoso, que demuestra habilidades multidisciplinarias y está completamente dedicado al crecimiento del negocio, manteniendo siempre en alto sus valores humanos fundamentales. Cada individuo tiene un papel importante, y su compromiso sincero se suma al de todo el equipo de manera abierta y colaborativa, impulsándolos constantemente a superar sus límites.
- ♣ **Family-Owned Conscious Company:** Como empresa familiar, se enorgullece de las profundas raíces y su rica historia, así como de sus sólidos valores éticos y morales. La compañía mantiene un gran compromiso con la continuidad y la permanencia, y desea dejar un legado significativo para las generaciones futuras. Dedicada a generar valor a largo plazo, la compañía contribuye a la construcción de una sociedad más justa, sostenible y resistente.

## Misión, Visión y Valores

En 2023 se han mantenido la misión, visión y valores, revisados en el 2022 con el objetivo de sentar unas bases sólidas que muestren el ADN del Grupo Zamora Company.

### 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 **sociedad** y nuestro **entorno**.*

### VALORES

*Mantenemos vivos los valores de nuestros fundadores, quienes nos han permitido llegar hasta aquí y sobre los que seguiremos construyendo nuestro futuro.*

#### ♣ **Compromiso:**

La responsabilidad está arraigada en el ADN de nuestra empresa. Nos comprometemos a actuar con responsabilidad hacia nuestros equipos, accionistas, clientes y consumidores en cada decisión que tomamos y en la ética de nuestras acciones. Trabajamos incansablemente por una sociedad mejor y más sostenible.

#### ♣ **Independencia:**

Nos identificamos como una empresa familiar y aspiramos a mantenernos como tal. Mantenemos el control sobre nuestras decisiones y nos responsabilizamos de los resultados que logramos, así como del legado que dejamos atrás.

#### ♣ **Innovación:**

Creemos firmemente que el futuro se construye día a día; por lo tanto, la innovación representa un desafío constante para nosotros. Nos acercamos a él sin comprometer la calidad y la responsabilidad que caracterizan nuestras acciones, productos y su esencia. Para nosotros, la innovación solo tiene sentido si es sostenible.

## 2. NUESTRAS MARCAS CONSCIENTES



Empresa Consciente  
Grupo Zamora Company



### Marcas Conscientes

Atributos de nuestras marcas *Core*

1. ACTUALES
2. ACCESIBLES
3. HONESTAS
4. SOSTENIBLES
5. COMPROMETIDAS

## 2.1 Marcas actuales

Ofreciendo nuevos productos creados para **gustos de diferentes consumidores**, respondiendo a la demanda creciente de **productos más saludables**, y todo ello, asegurando los más altos estándares de **seguridad alimentaria**.



Seguimos apostando por productos innovadores que han recibido **más de 40 premios y reconocimientos durante el año 2023**.



Algunos ejemplos:

**Gama Organic** de **Ramón Bilbao**, la culminación de una apuesta por la sostenibilidad.



**Ramón Bilbao Edición Limitada Garnacha**, lanzado en 2023, es el resultado de 12 años de investigación sobre esta variedad de uva y con ello pretende darla más a conocer al consumidor.

**Cruz de Alba Roble**, lanzado en 2023 bajo el concepto de Viticultura Respetuosa. Con este nuevo vino la bodega pretende acercar al consumidor un producto de elaboración artesanal y comprometido con la búsqueda de la expresión más pura del terruño en el que nace.

**Licor 43 Chocolate** ha sido elegido **Producto del Año 2023** por su carácter innovador y su sorprendente receta que combina Licor 43 original y cacao 100% de origen sostenible.

**Licor 43 Horchata**, licor elaborado con una base 100% vegetal, sin lactosa y apto para veganos, fusión de Licor 43 Original con horchata valenciana.

**Vermouth Giardino Tradizionale Rosso** y **Mediterranean Dry** de **Villa Massa**, estilo innovador y más ligero por su sabor fresco a cítricos y su ligera

salinidad, con ingredientes de los Alpes italianos para el Vermouth Giardino Tradizionale, y Sorrento para el Mediterranean Dry.

**Martin Miller's Gin**, la primera ginebra súper premium, del mercado obtuvo un resultado inmejorable en los **World Gin Awards 2023**, premios otorgados por la prestigiosa publicación Gin Magazine. **9 Moons** y **Westbourne** fueron galardonadas con la medalla de oro y, además, **9 Moons** fue también proclamada como la mejor ginebra añejada del Reino Unido. Por otro lado, **9 Moons** resultó también triunfante en la edición 2023 de la **International Wine & Spirit Competition**, consiguiendo otra medalla de oro.

## 2.2 Marcas asequibles

Posibilitando **formatos** para diferentes momentos y estilos de vida, disponibles a través de los **canales tradicionales** y **e-commerce**, promoviendo **experiencias** y nuevos espacios para disfrutar de momentos únicos.

- ♣ Productos listos para disfrutar en cualquier momento y lugar: formato en lata de **Lolea N.º 1**, con bajo contenido en alcohol y productos "listo para tomar" (RTD) dentro de la gama de Licor 43, como, por ejemplo: **Carajillo 43**, **Licor 43 Milk** y **Licor 43 Coco Milk**.
- ♣ "**Experiencia 43**. Primer centro de turismo industrial de España en recibir el sello "S" Sostenibilidad Turística".
- ♣ **Visitas guiadas** en la destilería de pacharán **Zoco** en Dicastillo (Navarra), servicio lanzado en 2022.
- ♣ Un espacio para disfrutar del Albariño Mar de Frades a más de mil metros de altura: **Garnet Lounge Mar de Frades** en ARAMON Formigal-Panticosa, donde, como novedad, en 2023 se pudo disfrutar de un concierto del grupo español Taburete.
- ♣ **Cruz de Alba** fue anfitriona en su bodega de un encuentro centrado en la viticultura biodinámica, práctica extendida por todas las zonas vitivinícolas de España en mayor o menor medida, y que tuvo como título **Sintiendo Paisajes**. La bodega trata así de, a través de seis productores expertos en biodinámica, dar a conocer cómo afecta el cambio climático a la práctica de la biodinámica en los diferentes entornos vitivinícolas y territorios españoles.
- ♣ El canal propio de venta on-line del Grupo sigue creciendo: **Club Venturio** para los amantes del vino.



## 2.3 Marcas honestas

Fomentando un **consumo responsable**, a través de una **información rigurosa** y desarrollando una **publicidad consciente**.

- ♣ Promovemos con el sector (FEBE y FEV) el consumo y ocio responsable.



- ♣ Garantizamos un etiquetado responsable en todos nuestros productos y apoyamos una innovadora iniciativa de etiquetado digital en el sector.



La etiqueta 'U-LABEL' ha sido posible gracias a la colaboración entre las asociaciones europeas de los sectores del vino y los espirituosos

- ♣ Apoyamos a la Federación Española del Vino (FEV) en la creación del Hub de Digitalización y Vino.



## 2.4 Marcas sostenibles

Respetuosas con el entorno en toda su **cadena de valor**, optimizando su **huella ambiental** e innovando para un **packaging** cada más sostenible.

- ♣ Instalaciones y viñedos certificados bajo estándares ambientales de reconocimiento internacional.



Sustainable wine  
ROUNDTABLE

- ♣ En el año 2023, **Ramón Bilbao** se adhiere a **International Wineries for Climate Action (IWCA)**. Se trata de un colectivo internacional de más de 40 empresas productoras de vino en todo el mundo que forman una voz unificada para promover el cambio y la reducción de las emisiones de carbono.



- ♣ Nuestra planta de Cartagena está diseñada y construida bajo criterios de sostenibilidad BREEAM.



- ♣ Pacharán Zoco mantiene las 6 hectáreas de su finca ubicada en los antiguos jardines del Palacio de la Condesa del Pozo con una pareja de burras que forman una estupenda familia. A través de las redes sociales Zoco ha apadrinado el burrito hijo de Endrina, que nació recientemente, dándole nombre a través de una votación en las redes sociales. De esta forma Zoquito se une a nuestras burras Endrina y Zuri formando una moderna y feliz familia.

- ♣ El Grupo avanza en un **packaging más sostenible** optimizando la huella ambiental de nuestros productos:

- Etiquetas de papel ecológico certificado fabricado con fibras 100% recicladas.
- Reducción del peso de nuestras botellas, ahorrando material y evitando cantidades significativas de emisiones de CO<sub>2</sub>.

Un ejemplo de acciones realizadas hacia el empleo de un packaging más sostenible es la reducción del peso de la icónica botella de **Licor 43**, lo cual ha permitido ahorrar más de 100 toneladas de vidrio anuales. Asimismo, en **Mar de Frades** también se ha desarrollado una nueva versión de la emblemática botella azul, reduciendo su peso un 16%, lo que supondrá un ahorro de 93 t/año en vidrio y de 47 t/año de CO<sub>2</sub>.

## 2.5 Marcas comprometidas

Las **personas** siempre en el centro de las decisiones, comprometidas con las **comunidades locales** donde desarrollan su actividad y apoyando el **arte** y la **cultura**.

- ♣ Promovemos **la cultura y el arte** mediante diversas actividades y patrocinios:
  - **Mar de Frades** patrocina la **Mercedes-Benz Fashion Week Madrid**, como vino oficial de la gran plataforma de la moda española. La etiqueta de su última edición limitada en 2023 ha sido obra del diseñador **Roberto Diz**.
  - **Mar de Frades**, por sexto año consecutivo, apoya el cine como colaborador en el **71 Festival de San Sebastián**, afianzando su compromiso con el mundo de la cultura y el arte.
  - La **Guía Azul de Mar de Frades, Casa Atlántica** es un espacio exclusivo donde el *influencer* **Álvaro López Huerta** comparte una copa de vino con siete personalidades únicas del mundo de la moda, de la cocina y la televisión, que revelan sus secretos para contagiarse del espíritu más Atlántico y **Vivir en Azul** en sus ciudades natales.

Nuria Roca, Malena Costa, Alex Riviére, Fabio Encinar, Dani García, Javier Olleros y Tomás Páramo visitan la Casa Atlántica y comparten sus rincones favoritos incluyendo planes y restaurantes que no se pueden dejar de visitar en las ciudades protagonistas de la Guía Azul: San Sebastián, Barcelona, Galicia, Madrid, Málaga, Mallorca y Valencia.

Se han seleccionado **7 destinos, más de 200 restaurantes y diferentes planes de ocio** en los que experimentar y descubrir qué significa disfrutar del verdadero estilo atlántico junto a Mar de Frades. Viaja, saborea, siente, comparte, celebra y, sobre todo, Vive en Azul.

- ✿ **Ramón Bilbao** sigue apostando por la formación y el conocimiento del vino español en el mundo a través de su **Spanish Wine Academy**. Como novedad en 2023, se celebró con mucho éxito la primera edición de **Spanish Wine Master**. El concurso-reto ideado por Ramón Bilbao sobre la cultura, historia y particularidades del vino español que tiene como objetivo encontrar a la persona que más sabe de vino español del mundo. En 2023 el concurso tuvo lugar en España, Reino Unido, República Dominicana y Colombia.



- ✿ **Espacio 'Cuarentaytrés'**, que gira en torno a la icónica marca de Licor 43 y sus orígenes cartageneros. Este proyecto responde al compromiso de la familia propietaria con Cartagena y busca promover la puesta en valor de la oferta gastronómica y de ocio de la ciudad y de toda la región, contribuyendo al desarrollo económico, comercial y social de esta zona portuaria.
- ✿ **Martin Miller's Gin** también fue participe de diversos patrocinios durante 2023, de entre los que destacan los siguientes.
  - **Elle Gourmet Awards**, premios organizados por la reconocida publicación de moda, belleza y salud Elle, que reconoce a aquellas personas e instituciones destacadas por su contribución al desarrollo de la gastronomía, la innovación, la alimentación saludable, la divulgación y el amor por la buena vida.
  - **Mercedes-Benz Fashion Week Madrid**, reforzando el apoyo de la marca con la industria de la moda española a través de este patrocinio.
  - **Premios Esquire Hombres del Año**, celebrados en Madrid por parte de la de la revista de moda, actualidad y lifestyle masculina Esquire, con el objetivo de reivindicar el talento, la valentía y la ilusión de artistas y deportistas destacados durante 2023.
  - **Premios Harper's Bazaar Mujer del año**, unos premios con los que la publicación de moda busca reflejar su compromiso con la sociedad actual y su responsabilidad en la promoción de los mensajes que ayudan a construir un futuro mejor mediante el reconocimiento a aquellas mujeres que han destacado por su talento y esfuerzo.

### 3. NUESTRO MODELO DE EMPRESA CONSCIENTE

Zamora Company basa su modelo de negocio en dos pilares fundamentales: **la familia y la consciencia**. Esta forma de entender la actividad empresarial ha permitido al Grupo operar en más de 80 países, sin perder el contacto con sus raíces y su historia.

Para el Grupo, ser una empresa familiar y consciente significa **impactar positivamente** en aquellos entornos donde lleva a cabo su actividad, contribuyendo al progreso social, salvaguardando el entorno medioambiental que le vio nacer y protegiendo los recursos para las generaciones futuras.

Para ello, la familia Zamora despliega, desde la alta dirección hasta el último empleado y colaborador, una serie de **valores éticos y morales** que sirven de guía para cualquier decisión empresarial que se tome dentro o fuera de la organización.

Respeto por la **tradición**, vocación por la **innovación** y una conexión inevitable con la **naturaleza**, son los valores que impulsan a un Grupo que cuenta con más de 75 años de historia a sus espaldas.

#### 3.1 Plan estratégico de empresa consciente

Esta forma de entender nuestra actividad empresarial se refleja en el Plan de Empresa Consciente de Zamora Company, que se sustenta en:

♣ **3 Pilares de actuación:**

- Empoderamiento de los empleados
- Compromiso con consumidores y sociedad
- Compromiso con el planeta

♣ **3 Ejes transversales:**

- Buen gobierno
- Transparencia
- Liderazgo consciente



A partir de este modelo, Zamora Company ha desarrollado un enfoque integral para abordar sus pilares y ejes transversales, identificando y trazando cuidadosamente **líneas estratégicas** de actuación. Estas líneas estratégicas no solo definen las prioridades de la organización, sino que también marcan la senda a seguir como una entidad consciente y comprometida.

Cada una de estas líneas estratégicas se despliega en un conjunto de acciones y medidas concretas para **fortalecer y mejorar** el desempeño en áreas clave, asegurando así que la organización opere de manera sostenible y en armonía con su entorno y valores fundamentales.

### Contribución a la Agenda 2030 y los ODS

Zamora Company está firmemente comprometida con las prioridades globales de la Agenda 2030 que guían el progreso hacia un futuro sostenible. Para ello, identifica y prioriza los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en los que la organización puede tener un impacto positivo relevante y significativo.



El plan de acción global de la empresa radica en aprovechar al máximo sus capacidades y recursos para abordar los desafíos sociales, económicos y ambientales más apremiantes de nuestro tiempo, **trabajando en colaboración** con sus socios y comunidades para impulsar el cambio tanto a nivel local, como global.



Zamora Company no camina sola, sino que forma parte de un **ecosistema empresarial comprometido** con el impulso y mejora del impacto colectivo global de la Agenda 2030.

Por ello, la organización ha renovado un año más el **Pacto Mundial de Naciones Unidas**, reafirmando su compromiso público y sincero con sus 10 principios relativos a derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

## 3.2 Escuchando al entorno

### Grupos de interés de Zamora Company

Zamora Company considera prioritario el establecimiento de un **diálogo continuo y constructivo con sus grupos de interés**, tejiendo relaciones sanas y duraderas con ellos e incorporando sus necesidades a la estrategia y toma de decisiones del Grupo.

Fomentamos una comunicación clara, honesta, transparente e íntegra con la intención de dar respuesta a las expectativas e inquietudes de aquellos con los que nos relacionamos.

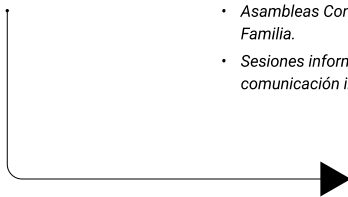
<b>Familia / Accionistas</b>	La visión de largo plazo de una empresa familiar y consciente se centra en su dedicación hacia las futuras generaciones, el fomento del empleo, el apoyo a la comunidad que le rodea y la contribución a la sociedad en su conjunto.
<b>Empleados</b>	Zamora Company busca inspirar sentido de orgullo y motivación en cada persona que pertenece a la organización, impulsándolas a alcanzar su máximo potencial y talento de manera continua.
<b>Clientes y consumidores</b>	El respaldo y la fidelidad de quienes confían en Zamora Company fomenta que la empresa continúe brindando servicios de excelencia, productos distintivos y vivencias inolvidables para sus clientes y consumidores.
<b>Proveedores</b>	Zamora Company busca establecer una cadena de suministro ética y alineada con los valores que tiene como empresa consciente, con el objetivo de establecer sinergias que fomenten un crecimiento mutuo.
<b>Partners de negocio</b>	La colaboración del Grupo con sus partners se cimienta en la claridad y la seguridad, estableciendo lazos duraderos que permitan avanzar de manera sinérgica.



<b>Organismos reguladores</b>	La confianza que Zamora Company genera en las administraciones públicas es fruto de su buen hacer empresarial, la transparencia y el cumplimiento estricto de la normativa vigente.
<b>Sector empresarial</b>	La empresa defiende los intereses comunes de su industria, siendo partícipe de los distintos acuerdos sectoriales y contribuyendo a la mejora conjunta de todo el ecosistema al que pertenece.
<b>Instituciones científicas, académicas y culturales</b>	Zamora Company respalda el avance del conocimiento y la innovación dentro de su ámbito, así como la protección de la riqueza cultural y social mediante la promoción activa de la cultura y el arte.
<b>Comunidades locales y Sociedad</b>	Zamora Company tiene intrínseco en su ADN el fomento del progreso social y la conservación del medio ambiente, impactando positivamente en todos los lugares donde desarrolla su actividad.

## Diálogo de Zamora Company con sus grupos de interés

### Cómo dialogamos con ellos



#### Familia / Accionistas

- Reuniones de Consejo de Administración.
- Asambleas Consejo de Familia.
- Sesiones informativas y de comunicación interna.

#### Empleados

- Portal de comunicación (Intranet corporativa).
- Escucha directa en el día a día.
- Reuniones departamentales.
- Encuestas de clima (GPTW).
- Distrito Ético y Canal de denuncias.
- Comités de Empresa.
- Jornadas participativas.

#### Clientes y consumidores

- Relación y atención directa (Red Comercial).
- Encuestas y entrevistas.
- Lanzamientos de nuevos productos.
- Jornadas y eventos sectoriales.
- Atención específica ante incidencias.
- Visitas.
- Estudios de Benchmarking.
- Redes Sociales.

#### Proveedores

- Relación y atención directa.
- Protocolo de Compras y Homologación.
- Plan director, Módulo de Calidad.

#### Partners de negocio

- Reuniones.
- Eventos.
- Atención directa a solicitudes de colaboración.

#### Organismos reguladores

- Presencia y participación activa en asociaciones.
- Reuniones específicas.
- Foros y eventos.
- Procesos de auditoría/inspección.

#### Sector empresarial

- Participación activa en asociaciones.
- Reuniones, talleres y sesiones de trabajo.
- Foros y eventos sectoriales.

#### Instituciones científicas, académicas y culturales

- Atención y escucha abierta a solicitudes de colaboración.
- Reuniones bilaterales.
- Participación en eventos culturales y artísticos.
- Patrocinios.

#### Comunidades locales y Sociedad

- Relación con entidades sociales.
- Reuniones periódicas con entidades locales.
- Acciones formativas en consumo responsable Acciones filantrópicas hacia colectivos específicos.
- Atención telefónica al ciudadano.

### 3.3 Asuntos materiales de Zamora Company

En 2023 hemos revisado 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.

En el próximo ejercicio de reporte se incluirán los resultados del proceso que la compañía está llevando a cabo en el primer semestre de 2023, teniendo en consideración los requerimientos y las recomendaciones de la nueva CSRD (Directiva sobre Información Corporativa en Materia de Sostenibilidad).

Se reforzará el enfoque de **dobles materialidad**, es decir, cómo los diferentes grupos de interés, tanto internos como externos, consideran que 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 análisis de materialidad que venimos realizando y revisando anualmente desde el 2020 se basa en lo 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
  - Comunidades locales y sociedad (incluyendo ONG y 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 (a futuro, se empleará ya como marco de para esta identificación de temas la Directiva CSRD).

Se han valorado un total de 33 temas contemplados por la Ley 11/2018, agrupados en las categorías ASG: 8 temas Ambientales (A), 19 Sociales (S) y 6 de Gobierno (G), 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 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, combinando para el análisis factores internos y externos.

Para cada asunto evaluado se obtendrían dos valores numéricos:

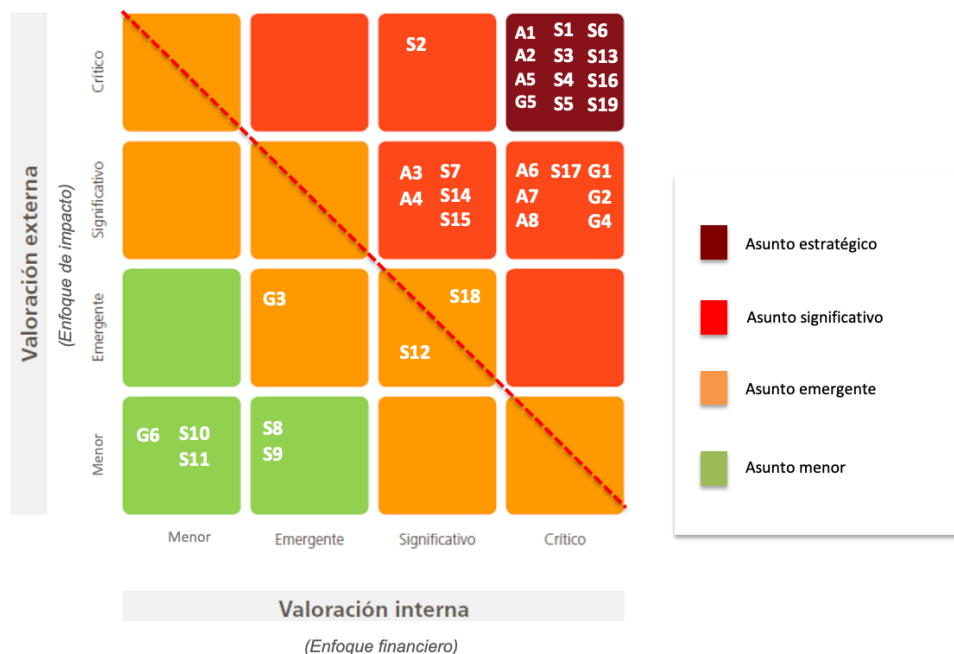
- Un valor según criterios estratégicos para Zamora Company, en los que está implícito el *enfoque financiero* de la *doble materialidad*. Este análisis se realiza internamente coordinado por el área de Empresa Consciente.
- Otro valor según criterios basados en las opiniones y expectativas de los grupos 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.

## Resultados Materialidad 2023



Los temas materiales que mayor relevancia tienen para la compañía, según la actividad que realiza y las preocupaciones de sus grupos de interés, han sido identificados como **estratégicos** e incluidos en la planificación de Zamora Company.

## 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).

## Gobernanza (G)

- ♣ Lucha contra la corrupción y el soborno (G5).

No obstante, existen otros temas considerados menos relevantes que los mencionados anteriormente, ya que no son prioritarios tanto desde una perspectiva interna como

externa. Sin embargo, se han clasificado como **significativos** para la compañía. Son los siguientes:

#### 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).

Por último, se tuvieron en cuenta para el análisis otros temas por su posible implicación en la cadena de valor de la compañía, pero resultaron clasificados como asuntos **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 se van desgranando a lo largo de esta Memoria de Empresa Consciente 2023, indicando **logros, objetivos, acciones y resultados** obtenidos para los **indicadores** clave.

Dichos temas 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 Zamora Company, de cuyo cumplimiento y avances el Grupo informa periódicamente a través de sus Memorias anuales y de los propios requerimientos de reporte de Pacto Mundial.



## 4. BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

### 4.1 Gobierno Corporativo

En los últimos años Zamora Company ha logrado afianzar un modelo de gobierno corporativo sólido, basado en la **transparencia** y la **responsabilidad** de cada una de las personas que integran la compañía, garantizando la máxima **integridad** en la toma de decisiones y en cada una de sus actividades.

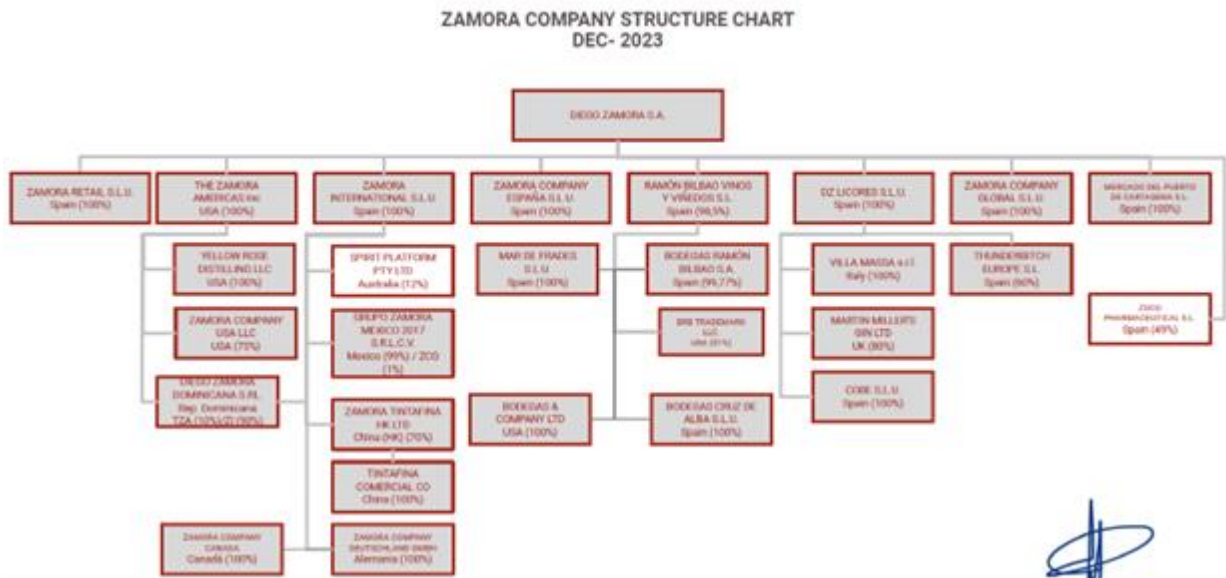
#### Órganos de Gobierno

Zamora Company mantiene su **Consejo de Administración** como principal órgano de gobierno.

Las sociedades participadas al 100% por el Grupo tienen a **Diego Zamora, S.A.** como administrador único. Por otro lado, las sociedades participadas con socios externos cuentan con sus respectivos Consejos de Administración.

Durante el año 2023 la estructura societaria del Grupo cambió al haber sido liquidada y disuelta la sociedad Innovations Zamora, S.L.U., manteniendo la composición resultante al no haberse producido ninguna nueva incorporación.

#### Estructura de gobernanza y participación (%) de la sociedad dominante en las sociedades dependientes



A continuación, se detalla la **estructura de gobierno** del Grupo por unidades de negocio y sus correspondientes áreas, una vez consolidados los distintos Clusters creados en 2022.

### ♣ **Consejo de Administración de Zamora Company**

La dirección del Grupo está encabezada por **el Consejo de Administración**, integrado por miembros de la 2º y 3º generación de la familia Zamora, un Consejero independiente, dos Asesores Externos y el Secretario General, quien no realiza las funciones de consejero. Esta estructura permite a la compañía seguir con la senda familiar y trabajar en su objetivo de mantenerse como una empresa consciente.

Las decisiones tomadas por el Consejo se ven articuladas y refrendadas a través de la figura del **Director General**, el cual cuenta con el apoyo del **Comité de Cumplimiento** y dos comisiones permanentes: la **Comisión de Retribución y Nombramientos** y la **Comisión de Auditoría y Riesgos**. Ambas sirven de asesoramiento al Consejo, reforzando de esta forma la cúpula directiva.

### ♣ **Unidades de negocio al cierre del ejercicio 2023**

Por último, las **Direcciones de Operaciones y Funcionalidades** se vertebran bajo el paraguas del Director General y se integran dentro de **Comité Ejecutivo**.

A lo largo de 2023 el Grupo consolidó su modelo organizativo creado durante el ejercicio anterior, el cual permitió **agrupar los distintos mercados** donde opera en función de su importancia estratégica y el potencial de crecimiento. Para ello, la compañía creó **cuatro clusters** representados por sólidos líderes de la industria y que serán miembros del Comité Ejecutivo (Comex) reportando directamente al CEO:

1. **Cluster España.**
2. **Cluster Europa y Mercados Emergentes**
3. **Cluster Américas.**
4. **Cluster EE. UU.**

- Incorporaciones al Comex en 2023:

Blanca de la Infiesta Lecona (Global Marketing Spirits Director), en sustitución de Julián Fernández; Matt Appleby (USA Cluster Director); Javier de la Viuda (Global Operations Director).

## Código Ético y de Conducta

El **Código Ético y de Conducta** de Zamora Company, aprobado por el Consejo de Administración y actualizado por última vez a fecha de abril de 2022, es el documento normativo que regula los principios y valores que deben seguir los miembros del Grupo en el desarrollo de sus actividades. Aplica a:

- ♣ 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 la compañía tenga capacidad para hacerlo efectivo.

Dicho Código **recoge las pautas de relación** con estos grupos de interés, reflejando los siguientes principios generales y normas 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.

Todas las personas que forman parte del Grupo se comprometen a realizar sus actividades comerciales de forma **justa, ecuánime, honrada e íntegra**, respetando en todo momento las leyes y regulaciones pertinentes, y haciendo gala de los valores de la compañía. La integridad es el pilar sobre el que descansan todas las relaciones de Zamora Company, incluyendo las sociales, económicas y medio ambientales.

Cada nuevo empleado que se incorpora al Grupo **acepta de forma individual y responsable** este Código ético y de Conducta, asumiendo libremente el contenido y las obligaciones contenidas en el mismo.

Este Código puede consultarse públicamente en el sitio web de la compañía y está totalmente a disposición del personal del Grupo en la Intranet corporativa, concretamente en el espacio "**Distrito Ético**", el cual es conocido y accesible para todos los trabajadores.



## 4.2 Sistema de Gestión de Riesgos y Compliance

Zamora Company integra un **Sistema de Gestión de Riesgos y Compliance** que concede pautas y políticas sólidas mediante las cuales identificar, evaluar y gestionar todos aquellos posibles riesgos que puedan afectar al Grupo y suponer un escollo en la conquista de sus objetivos.

Este sistema asegura y permite que los principales riesgos que puedan afectar a la estrategia y objetivos del Grupo sean **identificados, analizados y evaluados** de forma correcta, siendo monitorizados, gestionados y controlados a través de un método transversal y sistémico que se extiende a todas las áreas de trabajo.

En los últimos tres años, Zamora Company ha realizado una labor incansable para perfeccionar y disponer de un completo **Mapa Integral de Riesgos** del negocio. Durante este periodo, el Sistema de Gestión de Riesgos ha evolucionado hasta consolidar su implantación y optimización en todos los protocolos y políticas asociados al mismo.

El mapa completo de riesgos de negocio de la compañía considera 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.

El órgano diseñado para dirigir estas tareas es el **Comité de Cumplimiento**, que realiza de manera colegiada la función de **Compliance Officer**, integrado por la Dirección de Servicios Corporativos, Recursos Humanos y Legal, contando con un Consejero independiente y con el apoyo de consultores especializados como asesores externos. La estructura y funcionamiento del Comité de Cumplimiento se ha formalizado mediante la aprobación de su propio estatuto.

El Comité de Cumplimiento tiene la misión de **supervisar el correcto funcionamiento y ejecución del programa** de cumplimiento normativo del Grupo. Su presidencia está integrada por la Dirección Global de Servicios de Negocio, la cual se encarga de transmitir e informar al Consejo de Administración sobre los asuntos relacionados con esta materia.

Asimismo, el Comité de Cumplimiento **vela por la aplicación** del mencionado Código Ético y de Conducta dentro de Zamora Company, así como por la promoción de actuaciones dirigidas a minimizar y evitar la realización de actuaciones contrarias a la Ley y a los principios y valores del grupo, además de ser el organismo supervisor en materia de compliance.

Las **funciones** del Comité de Cumplimiento son:

- ♣ Identificación de posibles nuevos riesgos.
- ♣ Identificación de controles, muestra de evidencias y seguimiento.
- ♣ Difusión/Sensibilización.

Todo ello con los siguientes **objetivos**:

- ♣ Prevención de los riesgos en la compañía.
- ♣ Detección de las conductas delictivas en la organización.
- ♣ Articulación de las funciones de prevención, detección y reacción.

En anteriores periodos, el Comité de Cumplimiento evaluó **aspectos cruciales** como la extensión del cumplimiento normativo a nivel internacional, la disposición de contratos, el desarrollo de políticas en las distintas áreas del Grupo, la supervisión y aprobación de políticas de protección de datos y la investigación, análisis y resolución de denuncias recibidas. Con todo ello, y como parte de estas iniciativas, el comité decidió crear un **portal de formación interna** para ampliar el conocimiento de los empleados en dichos aspectos.

El **Sistema de Comunicación de Denuncias de Zamora Company** está disponible para todos los empleados y organizaciones que colaboran con el Grupo y permite poner en conocimiento del Comité de Cumplimiento, de manera confidencial o anónima, conductas indebidas reales o sospechosas que puedan afectar a la compañía.

Esta plataforma cumple con las exigencias derivadas de la Directiva Europea 2019/1937 y la normativa española de desarrollo. La política que define las bases de funcionamiento del sistema se actualizó en 2023 para cumplir con los requisitos establecidos por la Ley 2/2023, de 20 de febrero, aprobada por el Consejo de Administración en febrero de 2024.

Por otro lado, el Consejo de Administración del Grupo cuenta con **dos comisiones permanentes** con el objetivo de velar por el correcto funcionamiento del Sistema de Riesgos y Compliance:

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

Principales **Protocolos** y **Políticas Corporativas** de Zamora Company para el buen gobierno y la gestión de los riesgos:

- ♣ Protocolo Familiar.
- ♣ Código Ético y de Conducta.
- ♣ Manual de Prevención de Riesgos Penales.

- ♣ Política Anticorrupción.
- ♣ Canal de Denuncias.
- ♣ Sistema Disciplinario.
- ♣ Código Ético para Proveedores.
- ♣ Política de Conflicto de Intereses.
- ♣ Protocolo de gestión de certificados digitales.
- ♣ Política General de Regalos.
- ♣ Política de Donaciones.

En el último año, se procedió a la actualización y aprobación de la **Política de Seguridad y Buen Uso de los Sistemas de la Información**, y paralelamente se desarrollaron tres nuevas políticas:

- ♣ Política de Compras.
- ♣ Política de Poderes.
- ♣ Política de Pagos.

### 4.3 Prevención de la Corrupción y el Soborno

Zamora Company cuenta con un **Programa de Prevención de Delitos y lucha contra el Fraude**, definiendo el modelo de organización, gestión y control en esta materia. Con la intención de prevenir cualquier signo delictivo se han establecido medidas eficaces para evitar y mitigar cualquier actuación contraria a la legalidad o al Código de Conducta interno.

En el anterior periodo, y con la ayuda de una consultora externa, dicho programa comenzó a revisarse y actualizarse para crear un modelo acorde a las actividades del Grupo, estableciendo los controles y evidencias pertinentes para evitar y prevenir ilegalidad derivada. Una vez finalizado este trabajo, que se encuentra actualmente en curso, los resultados serán comunicados, aprobados e implementados por los responsables de cada control.

La **Política Anticorrupción** de Zamora Company se despliega dentro y fuera de la organización con el objetivo de establecer los principios que deben guiar la conducta de todos los empleados y administradores de las empresas del Grupo en el ámbito de la prevención, detección, investigación y reparación de cualquier práctica corrupta en el seno del Grupo. Dichos principios son:

- ♣ **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 y con independencia del posible beneficio económico generado.
- ♣ **Obligación de informar sobre cualquier hecho conocido que contravenga lo dispuesto en la política**. Esta comunicación deberá realizarse a través del Canal de Denuncias habilitado por la compañía.
- ♣ **Acatamiento de unos estándares de comportamiento leal en el mercado y acorde con los principios** que garanticen una libre competencia.

Además, todas las personas que componen Zamora Company rigen su actividad asumiendo las directrices de Buen Gobierno Corporativo para Empresas Familiares No Cotizadas del Órgano de Gobierno de Familia Empresaria.

Las herramientas utilizadas por el Grupo para la prevención de delitos son las siguientes:

- ♣ **Código de Conducta:** comentado en otros puntos de este informe, relativos a Gestión de Riesgos y Compliance, y 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 la compañía, así como la estructura y funcionamiento del Comité de Cumplimiento, cuya composición y funcionamiento se ha explicado anteriormente.
- ♣ **Política General de Regalos:** recoge las pautas correctas en la toma de decisiones que deben seguir los trabajadores para no ser persuadidos o influenciados por presentes al realizar su trabajo. Los empleados no están autorizados a percibir remuneración o financiación de clientes o proveedores, ni a aceptar retribución o gratificación ajena por servicios derivados de su actividad. Los regalos, invitaciones, favores u otras compensaciones tampoco están contempladas, salvo que se trate de atenciones de cortesía de valor simbólico. A todos los miembros de la organización se les prohíbe realizar de forma contraria estas actuaciones reseñadas en nombre 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 la compañía.
- ♣ **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 el Grupo.
- ♣ **Protocolo de Gestión de Certificados Digitales:** implantado en 2020, esta herramienta permite la supervisión del correcto acceso y uso de la información digital de empleados, clientes y colaboradores. Por otra parte, comprobado que el riesgo más alto en torno a la protección de datos personales estaba en Marketing, la compañía implantó el sistema Salesforce añadiéndole una consola nueva de GDPR; a partir de ahí, todas las comunicaciones comerciales

de leads y clientes quedan registradas para resolver derechos de protección de datos de los interesados.

Por otro lado, 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 y herramientas de prevención, el Grupo 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 de la compañía cumplan de manera ética con todo lo establecido.

Asimismo, con la intención de profundizar en las medidas generales prevención de corrupción en los negocios, y sin que se trate de un listado exhaustivo, el Grupo dispone de **otras herramientas** como:

- ♣ **Sistema de niveles de autorización de gastos, 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. Entrando en detalle, dicho departamento realiza un seguimiento de la actividad comercial que realizan 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.
- ♣ **Procesos de selección de personal justos y transparentes:** procedimiento operativo para llevar a cabo la contratación de un candidato, describiendo el proceso de reclutamiento, la identificación, selección de la posición vacante, revisión de datos y aprobación en la aplicación y contratación de la persona. Una vez contratado, el nuevo empleado recibe 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.
- ♣ **Prohibición de realizar pagos al contado** en el transcurso de las relaciones comerciales o contractuales con clientes, proveedores o terceros, ya que el Departamento Financiero es el encargado de ejecutar el pago de facturas, no pudiendo otro departamento disponer de efectivo.
- ♣ **Reporte de transacciones comerciales:** en cualquier tipo de transacción comercial los empleados informarán 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.

- ❁ **Obligación de denunciar prácticas ilícitas.** Los empleados están expresamente obligados a denunciar a través de los cauces establecidos por la organización, cualquier indicio de delito ilícito del que puedan tener conocimiento en el ejercicio de sus responsabilidades laborales.
- ❁ **Cursos de formación:** talleres formativos obligatorios para todos los miembros de la compañía en materia de prevención de riesgos penales.

Zamora Company, en 2023, ha impartido **tres formaciones específicas sobre el modelo de prevención de riesgos penales**, dirigidas al Consejo de Administración, al Comité Ejecutivo de la compañía y al Forum Leaders, grupo del que forman parte los managers de la organización a nivel global (del orden de 75 personas).

La compañía también ha llevado a cabo acciones formativas sobre **las reglas básicas en materia de publicidad de bebidas alcohólicas**, dirigidas al Departamento de Marketing incluyendo los códigos de autorregulación publicitaria del sector, relación con influencers y páginas web.

Adicionalmente, el Grupo ha impartido **tres formaciones específicas sobre las reglas aplicables a la protección de datos de carácter personal** a los equipos de marketing y ventas de Iberia, RRHH y Clúster Américas. Asimismo, se han enviado comunicados periódicos de sensibilización a los empleados con las principales políticas aplicables en materia de compliance (Código Ético, Política de Anticorrupción, Política de Regalos, etc.)

Con el fin de reforzar conocimiento legal y operativo, el Grupo ha impartido **una formación específica en materia de la normativa de competencia al equipo comercial del Clúster Américas**, seguido de la entrega de materiales recordatorio con las principales pautas de actuación exigidas por esta normativa.

Como última medida de prevención del soborno y la corrupción, Zamora Company pide a sus 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 ejecutados 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.**

Se castigará cualquier acto ilícito o delictivo detectado por Zamora Company en su organización mediante su Sistema Disciplinario, aplicable a todos los trabajadores de las empresas del Grupo.

En dicho sistema 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.

### Canal de Denuncias

Zamora Company ha implementado un **Canal de Denuncias** administrado por una entidad externa e imparcial. Esta decisión fue tomada por el Grupo con el objetivo de prevenir posibles conflictos de interés y asegurar el adecuado funcionamiento del canal.

El sistema establecido por la empresa en el ámbito del cumplimiento normativo dirige cualquier posible actividad delictiva e ilícita, protegiendo al denunciante y garantizando los derechos del denunciado. Además, cumple con los requisitos establecidos por la Directiva Europea 2019/1937 y la legislación española correspondiente.

Los empleados y colaboradores de las empresas asociadas a Zamora Company que detecten indicios o sospechas de la comisión de algún **delito** o de la **violación** de los principios y valores establecidos en el **Código Ético de Conducta** o en **el Manual de Prevención de Riesgos Penales** deben hacerlo saber a través de este Canal de Denuncias.

Zamora Company asegura una evaluación minuciosa, integral y objetiva de los hechos y circunstancias reportados a través de este medio, evitando cualquier tipo de arbitrariedad en las acciones tomadas. La resolución de todas las comunicaciones recibidas será debidamente justificada en todo momento.

Así mismo, cabe mencionar que durante el año 2023 el Canal de Denuncias ha recibido una demanda que actualmente está siendo analizada por el Grupo y la entidad externa encargada del funcionamiento del sistema.

## 4.4 Compromiso con los Derechos Humanos

Zamora Company, en línea con sus valores de empresa consciente y responsable, hace suyas y defiende normas internacionales como la **Declaración Universal de Derechos Humanos de Naciones Unidas** y los principios fundamentales publicados por la **Organización Internacional del Trabajo**. De esta forma, respeta, defiende y promueve los Derechos Humanos allá donde se extiende su actividad.

En 2023 la compañía no ha recibido denuncias en materia de Derechos Humanos por los canales previstos.

Para cumplir con su responsabilidad en este ámbito, Zamora Company dispone de herramientas y protocolos de actuación ya mencionados a lo largo de este capítulo que atienden a las siguientes áreas de riesgo en materia de Derechos Humanos:

- ♣ **Explotación infantil y el trabajo forzoso:** cumplimiento estricto de la legalidad vigente en todos los países en los que el Grupo opera, rechazando cualquier tipo de trabajo infantil, forzoso u obligado. Zamora Company No tolera el uso o la amenaza de violencia ni ninguna otra forma de coerción.
- ♣ **Libertad sindical y negociación colectiva:** apoyo a la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva de acuerdo con las leyes locales en los lugares donde el Grupo realiza su actividad.
- ♣ **Discriminación:** impulso de la igualdad de oportunidades y condena de la discriminación por cualquier tipo de raza, género, religión, opiniones políticas, edad, constitución física, orientación sexual, apariencia u otras características personales.
- ♣ **Condiciones de trabajo seguras y saludables:** la salud y seguridad de los trabajadores y de las personas que visitan los centros de trabajo es un eje prioritario del Grupo como Empresa Consciente y garantiza las medidas necesarias para la consecución de este fin.
- ♣ **Medio ambiente:** la naturaleza es el gran activo de Zamora Company, pues los productos que comercializa provienen de ella y posibilitan su negocio. De ahí que la compañía mantenga un enfoque preventivo y proactivo para la protección del medio ambiente y la minimización del impacto negativo ocasionado por su actividad. Asimismo, lleva a cabo iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental, así como la promoción, desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

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

- ♣ **Corrupción y soborno:** el Grupo ha establecido medidas y herramientas eficaces para evitar y mitigar cualquier actuación ilícita o delictiva que vaya en contra de su Código de Conducta, disponiendo de protocolos para la prevención de delitos de corrupción, incluyendo la extorsión y el chantaje o soborno.
- ♣ **Prácticas comerciales:** Zamora Company vela por que toda práctica comercial dentro del Grupo sea ética, honrada y legal, rechazando tajantemente la manipulación del mercado mediante malas prácticas o la constitución de oligopolios o monopolios.
- ♣ **Publicidad ética:** la compañía reconoce su responsabilidad social en la publicidad debido que los productos que comercializa son bebidas alcohólicas. En este sentido, presta especial atención a cumplir con los más exigentes criterios éticos en el desarrollo de la publicidad, las promociones o los lanzamientos de productos.



- ♣ **Respeto a la privacidad de las personas:** protección por parte del grupo de todos los datos personales de empleados, consumidores y colaboradores. La compañía ha restringido el acceso a la información y fortalecido los accesos adicionales en función del tipo de dispositivo y la ubicación desde donde se accede. La compañía no recibida nunca denuncias a la AEPD, ni incidencias de seguridad, se ha impartido formación inicial a todos los empleados y se han emitido comunicados periódicos en materia de ciberseguridad, en línea acorde a lo publicado por el Instituto Nacional de Ciberseguridad español.
- ♣ **Cadena de suministro:** la compañía asume la responsabilidad que tiene en toda su cadena de suministro y por ello vela porque sus proveedores y socios comerciales se comprometan con los estándares éticos y de conducta del Grupo en el desarrollo de sus actividades. 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.

Los principios mencionados anteriormente están contemplados en el **Código Ético y de Conducta de Zamora Company**, así como en el **Código Ético para Proveedores**. Estos códigos garantizan el respeto total, la defensa y la promoción de los Derechos Humanos en todas las operaciones del Grupo y a lo largo de su cadena de suministro.

## 4.5 Adhesión a Iniciativas externas

Zamora Company tiene como objetivo **liderar el cambio junto con organizaciones afines a sus valores corporativos y con las que pueda tejer alianzas duraderas** a favor de la sostenibilidad en todas sus vertientes.

El Grupo destaca su participación en algunas de estas iniciativas:

**Red Española de Pacto Mundial - Global Compact de Naciones Unidas**, comprometiéndonos con los Diez Principios en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción.

**Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial**, el organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España cuyo objetivo es trabajar por una **publicidad responsable**: veraz, legal, honesta y leal.



Zamora Company también es miembro activo de **las principales asociaciones nacionales del sector**, donde participa en la firma y toma de decisiones de numerosos acuerdos y compromisos sectoriales. Estos abarcan áreas como el impulso del consumo responsable, la promoción de la sostenibilidad y el impacto positivo o la adopción de buenas prácticas comerciales en la contratación de alimentos, entre otros aspectos relevantes.

**FEV** - Federación Española del Vino (Zamora Company, Presidencia)



**ESPIRITUOSOS ESPAÑA** - Federación Española de Bebidas Espirituosas



**FIAB** - Federación Española de la Industria de Alimentación y Bebidas



**FIVIN** - Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición



**ANDEMA** – Asociación para la defensa de la Marca



**RMRE** – Foro de marcas Renombradas Españolas



**AMEFMUR** – Asociación Murciana de la Empresa familiar



**COEC** – Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena (Zamora Company, Vicepresidencia)



**CEEIC** - Centro Europeo de Empresas e Innovación Cartagena



**CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA**



**ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS P.I. LOS CAMACHOS**



**CARTAGENA PUERTO SOSTENIBLE**



## 5. EMPLEADOS EMPODERADOS

### 5.1 Nuestro equipo

Las sociedades incluidas en este informe representan el **99,3%** de la plantilla, lo que significa abarcar 552 empleados del total de 556, considerando 13 sociedades en España y 6 internacionales.

- ♣ 61% hombres y 39% mujeres
- ♣ 85% de empleados en las sociedades nacionales, con el mayor porcentaje distribuido entre las sociedades Diego Zamora, S.A., DZ Licores, S.L.U. y Bodegas Ramón Bilbao, S.A.
- ♣ 15% empleados en las sociedades internacionales, con el mayor porcentaje en las tres sociedades norteamericanas.

Zamora Company continúa enfocada en las cuatro líneas estratégicas delineadas en nuestro Plan de Empresa Consciente:



## 5.2 Desarrollo profesional

Categorías profesionales y porcentajes en nuestra plantilla:

- ♣ 8% Directivos
- ♣ 20% Mandos intermedios
- ♣ 72% Staff

A continuación, se muestran diferentes tablas que recogen los indicadores de empleo y desarrollo profesional requeridos por la normativa:

**TABLA 1 - 2023 Número total y distribución de empleados por sexo, edad y clasificación profesional**

TABLA 1: Edad, Género / Clasificación (planilla media): Directivo Bansa A/B, Intermedio C, Staff D/E

Edad	Sexo	Directivo/a	Intermedio	Staff	TOTAL
< 30	<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>57</b>	<b>62</b>
	Hombre	0	2	34	36
	Mujer	0	3	23	25
30 - 50	<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>84</b>	<b>250</b>	<b>357</b>
	Hombre	20	44	136	201
	Mujer	3	39	114	156
> 50	<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>21</b>	<b>90</b>	<b>133</b>
	Hombre	18	16	64	98
	Mujer	5	5	25	36
<b>TOTAL</b>	-	<b>46</b>	<b>109</b>	<b>397</b>	<b>552</b>

**TABLA 2 - 2023 Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo**

TABLA 2: Indefinidos, fijos discontinuos y temporales y por género

Edad	Sexo	Fijo-Discontinuo	Indefinido	Prácticas	Temporal	TOTAL
< 30	<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>62</b>
	Hombre	10	25		2	37
	Mujer	3	20	1	2	25
30 - 50	<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>329</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>357</b>
	Hombre	16	183		2	201
	Mujer	7	146	0	3	156
> 50	<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>120</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>133</b>
	Hombre	9	88		1	98
	Mujer	2	32		1	35
<b>TOTAL</b>	-	<b>47</b>	<b>494</b>		<b>11</b>	<b>552</b>

Tabla 3. 2023 Contratos por categoría

	Directivo	Intermedio	Staff	TOTAL
Fijo-Discontinuo	-	-	46	46
Indefinido	46	109	339	494
Prácticas	-	-	1	1
Temporal	-	0	12	12
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>109</b>	<b>397</b>	<b>552</b>

2023: TABLA 4 - Despidos por Edad y Género

Edad	Sexo	Despidos
< 30	<b>Total</b>	<b>11</b>
	Hombre	6
	Mujer	5
30 - 50	<b>Total</b>	<b>29</b>
	Hombre	18
	Mujer	11
> 50	<b>Total</b>	<b>6</b>
	Hombre	2
	Mujer	4
<b>TOTAL</b>	-	<b>46</b>

TABLA 5 : Despidos por categoría

Directivo /Intermedio/Staff	Despido
Directivo	1
Intermedio	8
Staff	37
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>

TABLA 6 REMUNERACIONES 2022

TABLA 6 - 2022 Edad, Género, Clasificación (plantilla media) Directivo Banda A/B, Intermedios C Staff D/E

Edad	Sexo	Directivo/a	Intermedio	Staff
< 30	<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>56941,66</b>	<b>21668,94</b>
	Hombre	0,00	0,00	20776,03
	Mujer	0,00	56941,66	22958,69

**TABLA 6 REMUNERACIONES 2022**

TABLA 6 - 2022 Edad, Género, Clasificación (plantilla media) Directivo Banda A/B, Intermedios C Staff D/E

Edad	Sexo	Directivo/a	Intermedio	Staff
30 - 50	<b>Total</b>	<b>131314,34</b>	<b>68926,50</b>	<b>28117,50</b>
	Hombre	131990,39	70504,32	28650,32
	Mujer	124215,88	67141,07	27442,60
> 50	<b>Total</b>	<b>180193,49</b>	<b>86121,72</b>	<b>325236,24</b>
	Hombre	186477,73	92885,74	34080,59
	Mujer	155056,52	65829,64	28197,35

**TABLA 6 REMUNERACIONES 2023**

TABLA 6 - 2023 Edad, Género, Clasificación (plantilla media) Directivo Banda A/B, Intermedios C Staff D/E

Edad	Sexo	Directivo/a	Intermedio	Staff
< 30	<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>75544,45</b>	<b>22999,81</b>
	Hombre	0,00	67279,37	20310,04
	Mujer	0,00	83809,52	25689,57
30 - 50	<b>Total</b>	<b>145641,35</b>	<b>76656,35</b>	<b>27970,56</b>
	Hombre	140992,09	76712,17	28245,03
	Mujer	150290,61	76600,53	27696,08
> 50	<b>Total</b>	<b>168555,91</b>	<b>97367,68</b>	<b>30217,93</b>
	Hombre	178763,05	110408,44	31200,23
	Mujer	158348,76	84326,91	29235,63

Se han mantenido las "Conversaciones de Desarrollo", que incluyen la evaluación de Competencias. En el primer trimestre del 2023 se realizó la evaluación del desempeño ligado a bonus de un 33% de la plantilla (correspondiente al ejercicio 2022).

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

	2023	2022	2021
Hombres	642.979,26 €	296.973,54 €	1.278.434,23 €
Mujeres	246.039,96 €	179.430,16 €	87.611,87 €

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

	Consejo de Administración (7)	Hombres (6):	Mujeres (1)
<b>2023</b>	600.000 €	520.000 €	80.000 €
2022	600.000 €	520.000 €	80.000 €
2021	624.123 €	544.123 €	80.000 €

### Brecha salarial:

Para calcular la brecha salarial del Grupo, en 2023 se ha tenido en cuenta el número de hombres y el número de mujeres en plantilla al cierre del ejercicio, así como al personal fijo discontinuo (agrarios) para el cálculo de la brecha con la siguiente fórmula:

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

#### 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>	<b>7,77%</b>	<b>11,71%</b>	<b>6,80%</b>
<b>PORCENTAJE EMPLEADOS</b>	<b>9,04%</b>	<b>18,64%</b>	<b>72,32%</b>

#### Año 2023

Sexo	Directivos	Mandos Intermedios	Staff
Hombre	159.877,57 €	84.526,15 €	27.456,57 €
Mujer	154.767,36 €	77.814,55 €	27.593,41 €
<b>Brecha Salarial</b>	<b>3,20%</b>	<b>7,94%</b>	<b>-0,5%</b>
<b>Porcentaje Empleados</b>	<b>6,55%</b>	<b>17,38%</b>	<b>76,07%</b>

Es importante informar sobre una actualización realizada en 2023 relacionada con la metodología de cálculo de la brecha salarial de la compañía. En consonancia con los criterios establecidos en la normativa que rige su Plan de Igualdad, se ha implementado un enfoque revisado para garantizar una evaluación más precisa y completa de las diferencias salariales de género.



Este cambio refleja un firme compromiso con la promoción de la igualdad de género y la equidad dentro de su organización, alineando sus prácticas con los más altos estándares de inclusividad y cumplimiento de las directrices regulatorias.

Es importante destacar que, como parte de esta actualización, se ha procedido a anualizar los salarios de aquellas personas que no habían estado trabajando durante todo el año. Esta medida tiene como objetivo garantizar una comparación más precisa y equitativa en el cálculo de la brecha salarial, reflejando así su compromiso con la transparencia y la equidad en sus políticas laborales.

### Empleados con discapacidad:

Empleados con discapacidad en el Grupo ZC (*)	2023	2022	2021
Número de personas	8	10	9
Porcentaje del total de la plantilla	1,45	1,88	1,84

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

## 5.3 Formación:

La formación ofrecida a los empleados de la compañía va asociada 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 de formación 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 comparación con el año anterior, se ve cómo se ha apostado desde Zamora Company por el desarrollo de sus empleados ofreciendo más acciones formativas y de mayor calidad.

	2022	2023
Nº HORAS	3.845	10.431
Nº PARTICIPANTES	442	695
Nº ACCIONES	69	41

Durante el ejercicio 2023, se ha tenido un mayor equilibrio entre la **formación online** y la **formación presencial**, aumentando el uso del formato online respecto al año anterior y suponiendo este año un **50,36%** de toda la formación de la compañía.

Las materias objetivo en las que hemos querido poner el foco durante el año 2023 han sido las siguientes:

- ♣ Calidad
- ♣ Técnica
- ♣ Compras/Comercial
- ♣ Habilidades
- ♣ Idiomas
- ♣ Prevención de Riesgos Laborales (PRL)

#### Porcentaje de acciones formativas realizadas por área:

En base a las materias de las formaciones que se han llevado a cabo, se destaca que, durante el año 2023, las formaciones más impartidas han sido en Idiomas y Técnicas. Esto coincide con el momento de crecimiento que estamos viviendo dentro de Zamora Company, donde la plantilla y su desarrollo es el recurso más importante.

La formación en idiomas coincide con el foco Global de crecimiento de la compañía y la formación técnica con la premiunización de las diferentes marcas.

Otra de las materias a destacar es la formación en Habilidades, ya que actualmente, y siguiendo en línea con los objetivos de formación marcados en 2022, queremos apostar por la mejora del rendimiento de nuestros empleados, así como de la mejor distribución de su tiempo y planificación.

#### Cumplimiento del Plan Previsto:

Para el año 2023 se contemplaba la realización de 40 acciones formativas enmarcadas dentro de las áreas. Finalmente, y tal y como podemos ver en el siguiente gráfico se han realizado un total de 41 acciones formativas.



Por tanto, del total planificado en 2023, hemos podido impartir un 102,5% de las formaciones previstas. Es un dato destacable y que ha mejorado dentro de la compañía, ya que en 2022 únicamente se consiguió impartir un 98% de las formaciones previstas. Aun así, hay que tener en cuenta que hay áreas con acciones formativas que no han llegado a cubrirse, aunque se hayan suplido por otras en las que se han realizado más acciones formativas de las planificadas. Las formaciones que han quedado pendientes se tendrán en cuenta para futuros planes formativos.

Cabe destacar que un 19,9% de las horas de formación impartidas en 2023 han sido impartidas internamente por la propia plantilla de Zamora Company y un 9,6% ha sido impartido internamente acompañados de una consultora.

Hay que considerar que las sociedades internacionales, como 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 2022	Horas totales 2023	Participantes 2022	Participantes 2023
HOMBRES	1.670	<b>5.666</b>	258	<b>419</b>
MUJERES	2.175	<b>4.765</b>	184	<b>276</b>

En el ejercicio 2022, el 59,95 % de las horas de formación las recibieron mujeres, pero en 2023 vemos que se ha tenido más participación de hombres en las acciones formativas. Esto se debe a que este año, las acciones formativas se han dirigido a la fuerza comercial, compuesta en su mayoría por el género masculino.

Una de las políticas fundamentales de Zamora Company es la igualdad de oportunidades. En todas las áreas de todos los 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. A día de hoy, se está trabajando en una nueva segregación de las bandas y los puestos de trabajo. Sin embargo, para completar este informe se tendrán en cuenta las antiguas bandas salariales de Zamora Company, diferenciando los siguientes colectivos:

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

	Directivos		Intermedios		Resto de puestos	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Horas totales impartidas	186	1219	587	1932,5	3072	6279,5
Horas de formación por empleado	8,45	16,7	17,79	20,8	7,94	13,06

## 5.4 Salud, seguridad y bienestar laboral

### Líneas de trabajo:

- ♣ Identificar, evaluar y controlar los riesgos.
- ♣ Reducir la tasa de accidentes laborales.
- ♣ Mejorar las operaciones.

### Organización preventiva y acciones:

- ♣ Contratos con dos Servicios de Prevención en las cuatro especialidades.
- ♣ Un Comité de Seguridad y Salud.
- ♣ Evaluaciones iniciales y periódicas de riesgos.
- ♣ Planificación preventiva.
- ♣ Gestión y resolución de acciones correctivas.
- ♣ Memoria anual de actividades realizadas.
- ♣ Investigación de accidentes de trabajo y gestiones derivadas.

En lo que respecta a la gestión preventiva, en 2023 Zamora Company ha mantenido y renovado su acuerdo con los dos Servicios de Prevención de Riesgos Laborales con los que colaboró en el ejercicio anterior.

En el año 2023, se mantiene el Comité de Seguridad y Salud en Bodegas Ramón Bilbao S.A., ubicado en La Rioja, con la participación de dos representantes de los trabajadores desempeñando el papel de Delegados de Prevención, junto con dos representantes de la empresa. En DZ Licores, S.L., en Dicastillo (Navarra), se tiene representación legal de los trabajadores, con funciones específicas en Seguridad y Salud, según la normativa vigente. Esta representación está a cargo de la Delegada de Prevención, quien simultáneamente ocupa el rol de Delegada de Personal.

En todo momento, se presta atención a la situación de los empleados, permitiendo, en caso de considerarse necesario, llevar a cabo readaptaciones o reubicaciones de trabajadores particularmente sensibles y mujeres en estado de gestación

En 2023 se han realizado 454 reconocimientos médicos correspondientes a Vigilancia de la Salud: reconocimientos iniciales y periódicos de revisión anual.

### 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 1,61 y 1,81:

	Tasa de absentismo (ZC)	Jornadas perdidas	Trabajadores	Días en periodo
Año 2023	1,61	2.813 *	477	365
Año 2022	1,81	3.014	457	365
Año 2021	1,35	2.067	420	365

\*Se estiman las horas de absentismo en 22.504h, tomando una jornada de 8h.

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. Si se han establecido las medidas correspondientes en cada una de las ubicaciones para dar respuesta a los requisitos regulatorios de los diferentes países.

### Evolución en nuestros indicadores de seguridad y salud laboral:

	2021	2022	2023
Tasa de absentismo	1,35	1,81	1,61
Índice de frecuencia	15,52	11,83	21,47
Índice de incidencia	27,16	20,71	37,57
Índice de gravedad	0,30	0,24	0,66
Accidentes	12	10	18
Enfermedades profesionales	0	0	0
Reconocimientos médicos	460	472	454

De los accidentes ocurridos en el ejercicio 2023, 3 correspondieron a mujeres y 15 a hombres.

En el área internacional, a lo largo del 2023 no se ha reportado ningún accidente de trabajo.

## 5.5 Conciliación, diversidad e inclusión

Zamora Company cuenta con directrices y procedimientos que promueven la igualdad, la no discriminación y la conciliación:

- ♣ **Política de igualdad.**
- ♣ **Protocolo de actuación para la prevención del acoso en el trabajo**, por ningún medio, ya sea acoso psicológico o sexual, físico o verbal.
- ♣ **Políticas de remuneración**, en correspondencia con habilidades y conocimientos, evitando cualquier tipo de discriminación.
- ♣ **Política de flexibilidad horaria**, aplicable a todos los empleados que no realizan tareas de producción o mantenimiento de las instalaciones.
- ♣ **Política de Teletrabajo nómada** (aplicada a 61 empleados/as en 2022)
- ♣ **Documento "General People"**, donde se reconoce el derecho a la desconexión digital de las personas.

## Evolución en nuestros indicadores de diversidad de género:

	2021	2022	2023
Mujeres en plantilla	37,6%	41,89	39,31
Mujeres en Comité de Dirección	3	3	4
Mujeres en Consejo de Administración	1	1	1
Mujeres en puestos directivos (banda A y B)	17%	15%	17%
Reincorporación tras permisos maternales	100%	100%	100%
Reincorporación tras permisos paternales	100%	100%	100%
Brecha salarial	6%	7,81%	1,21% (*)

(\*) Anteriormente, en punto 5.2, se ha explicado la diferencia del dato frente a años anteriores debido a una actualización en el método de cálculo, en concordancia con los criterios del Plan de Igualdad vigente.

## Diversidad generacional

En el equipo de Zamora Company coexisten diversas generaciones que aportan riqueza a los equipos gracias a sus variadas perspectivas y habilidades. Desde la compañía se atienden las distintas demandas y necesidades específicas de cada generación, reconociendo y respetando las particularidades de cada miembro del equipo.

- Distribución de la plantilla por edad:

< 30:	11%
30 – 50:	65%
> 50:	24%

- Distribución de la plantilla por edad y categoría profesional:

Edad	Directivo/a	Mando intermedio	Staff
<30	0	5	57
30 - 50	23	84	250
>50	23	21	90



## Diversidad funcional

EN Zamora Company se considera fundamental incorporar a todas las personas trabajadoras, independientemente de su condición, reconociendo la diversidad inherente a cada individuo en lugar de partir de la premisa de que todas las personas son iguales. Para garantizar la inclusión de personas con necesidades especiales, se ha implementado una estrategia de prevención de riesgos laborales inclusiva, que respalda y facilita la integración de estas personas en su entorno laboral.

Se continúa poniendo el foco en la accesibilidad universal, la cual abarca tanto la perspectiva de los empleados como la de nuestros clientes y visitantes, especialmente en el caso de Zamora Company. La accesibilidad universal se integra en todos nuestros nuevos proyectos y en nuestras instalaciones, donde la empresa cumple con todos los requisitos normativos para recibir a visitantes y proporcionar experiencias accesibles que promueven la inclusión.

## Diversidad cultural

Zamora Company es un Grupo con gran presencia internacional, desarrollando su actividad en más de 80 países.

### 25 nacionalidades en plantilla

79% españoles

8% estadounidenses

3% italianos

2% alemanes

1% mexicanos

7% restante corresponde a 20 nacionalidades diversas que no tienen mucho peso dentro del total de la compañía.

## 5.6 Equipo consciente

La posición del **Conscious Company Manager**, encargado de liderar la estrategia corporativa en sostenibilidad ESG, forma parte desde 2023 de la Dirección de Personas, que está bajo la responsabilidad del máximo ejecutivo de la empresa. Desde esta dirección se ha mantenido la promoción de la comunicación a los grupos de interés, tanto internos como externos, destacando los logros y avances significativos en sostenibilidad.

La compañía tiene como objetivo crear conciencia sobre la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, tanto a nivel corporativo como en el ámbito personal. Reconoce que contar con profesionales alineados con los valores y la misión de la empresa es fundamental para alcanzar los objetivos establecidos; por ello, se prioriza la creación de una cultura en torno a la sostenibilidad, impulsada por un liderazgo efectivo y una comunicación interna y sensibilizaciones adecuadas, con un



enfoque especial en las nuevas incorporaciones. Este enfoque busca integrar la sostenibilidad en todas las facetas de la empresa, fomentando la participación activa y el compromiso de los empleados con la causa.

Asimismo, Zamora Company cuenta con **protocolos específicos contra la discriminación y el acoso sexual**, con el objetivo de fomentar la integración y garantizar el respeto a la diversidad. La empresa no tolera ninguna forma de acoso en el trabajo, ya sea moral (mobbing) o sexual, ya sea físico o verbal, y en ningún medio.

En capítulo anterior de este informe se ha profundizado en el respeto a los Derechos Humanos, detallando medidas y procedimiento para denunciar cualquier acoso.

## Comunicación interna

El **Portal de Comunicación** no es simplemente un canal ordinario para compartir información con nuestros empleados; para nosotros, es mucho más que eso. Este portal representa el firme deseo de la compañía de mantener a las personas involucradas, fomentando su orgullo y compromiso.

Las secciones más relevantes son:

### Sobre Nosotros.

**"El Espejo"**, Toda la información corporativa relevante, incluyendo presentaciones corporativas, resultados generales, plan estratégico y otros datos de interés, se encuentra disponible en el Portal de Comunicación. Este canal sirve como recurso centralizado donde los empleados pueden acceder a documentación clave que abarca diversos aspectos de la empresa. En este espacio, buscamos proporcionar transparencia y accesibilidad para que todos los miembros del equipo puedan estar informados sobre la dirección y el desempeño general de la organización.

**"Magazine"**, La compañía ha implementado un conjunto de 4+3 preguntas de carácter más personal dirigidas a todas las nuevas incorporaciones. Estas preguntas están diseñadas para conocer mejor a los miembros del equipo, fomentar la integración y comprender sus intereses y motivaciones personales. Este proceso nos permite crear un ambiente acogedor y adaptar nuestras dinámicas internas para brindar un entorno de trabajo más personalizado y en sintonía con las expectativas individuales de cada empleado.

**ZC Informa:** "Comunicados" y "Notas de prensa".

**Distrito ético:** La compañía ha implementado un espacio dedicado específicamente al cumplimiento normativo y la gestión de riesgos. Este espacio proporciona acceso a los documentos corporativos aprobados y vigentes en cada momento, actuando como una fuente centralizada de información para los equipos. Aquí, los empleados pueden encontrar políticas, procedimientos y otros documentos relevantes para el cumplimiento normativo y la gestión de riesgos. Se garantiza la accesibilidad oportuna a esta información, lo que permite a la empresa mantenerse alineada con los estándares legales y gestionar de manera efectiva los riesgos corporativos.



**Vacantes:** La compañía ha implementado una integración entre el espacio dedicado a compliance y riesgos y la sección "Trabaja con nosotros" de su página web. Esta sincronización automática asegura que la información relacionada con oportunidades de empleo, procesos de selección y cualquier actualización relevante esté alineada y sea consistente tanto en el portal interno como en la plataforma pública de la página web. Esto simplifica el acceso para los interesados y los empleados, garantizando que tengan información actualizada y precisa sobre oportunidades laborales y políticas de recursos humanos.

La compañía utiliza su Portal de Comunicación para enviar alrededor de 200 comunicaciones anuales dirigidas a los empleados, brindándoles información relevante tanto para ellos como para la empresa. Este canal se ha vuelto fundamental para mantener al equipo informado de manera regular, garantizando la transparencia y la eficacia en la difusión de noticias, actualizaciones y otros aspectos importantes relacionados con la empresa.

### Nuevas incorporaciones

Nuestros procesos de selección y contratación están meticulosamente diseñados para asegurar que los candidatos se alineen con la cultura de compromiso, preservando los valores fundamentales de nuestra compañía y manteniendo nuestra esencia como una empresa familiar y cercana. Nos esforzamos por mantener arraigadas las características que nos han definido a lo largo del tiempo: el compromiso, la independencia y la innovación.

La iniciativa "**OnBoarding**" de Zamora Company es nuestro programa de integración, concebido para **facilitar la inmersión de las nuevas incorporaciones en nuestra cultura empresarial**. Este programa no solo les permite comprender y adoptar el propósito y los valores del Grupo, sino que también les brinda una visión integral de nuestra estrategia organizativa.

Buscamos que cada empleado, desde el momento en que se une a nuestro equipo, se sienta parte de nuestra historia y contribuya a nuestro futuro de manera significativa.

## 6. CONSUMIDORES Y CLIENTES

### Los pilares de nuestro compromiso con consumidores y clientes:

- ♣ **Consumidores conscientes:** promovemos el consumo responsable.
- ♣ **Satisfacción:** cultura de calidad integral y seguridad alimentaria.
- ♣ **Seguridad** de la información y protección de datos personales.
- ♣ **Experiencia** de cliente.
- ♣ **Innovación** sostenible para responder y sorprender.

### 6.1 Consumidores conscientes

- ♣ Productos con **menor graduación alcohólica** en nuestro portfolio.
- ♣ **Marketing e información responsable** sobre los productos.
- ♣ Actuaciones para **alejarse del consumo de alcohol de colectivos y situaciones de riesgo**, a la vez que se fomentan **hábitos de vida saludable**.

Zamora Company participa de manera muy activa en todos los programas sectoriales promovidos por **FEV (Federación Española del Vino)** y **FEBE (Espirituosos España)**, aunando esfuerzos con el sector en la lucha contra el consumo abusivo de alcohol y sus efectos perjudiciales en la sociedad. Un año más, en 2023, se ha mantenido la participación en el programa europeo **Wine in Moderation**.

Asimismo, el Grupo ha trabajado durante 2023 de la mano de la FEV en la nueva **normativa europea de etiquetado del vino**, que entró en vigor el 8 de diciembre, y que obliga a incluir en el etiquetado electrónico pictogramas de riesgo y mensajes sobre consumo moderado. Los vinos de Zamora Company son pioneros en la **declaración nutricional y de ingredientes en el mercado**, lo cual supone un ejercicio de transparencia al consumidor. En el caso de las bebidas alcohólicas, también se ha **adaptado más de un 95 % de los etiquetados** a la declaración nutricional y de ingredientes por medio del etiquetado electrónico.

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, siempre desde la ciencia y a través de la voz de médicos expertos. En 2023 destaca la celebración del Congreso Internacional "Lifestyle, Diet, Wine & Health", que reunió a destacados investigadores para presentar los últimos estudios científicos que asocian el consumo moderado de vino con un estilo de vida saludable. Este congreso ha supuesto la publicación de la declaración "Lifestyle Matters", firmada por más de cincuenta científicos, investigadores y médicos

que pone de relieve, desde la evidencia científica, la importancia de mantener una alimentación saludable y un estilo de vida equilibrado.



Desde el año 1999, Espirituosos España cuenta con un estricto **Código de Autorregulación** que sienta las bases de las comunicaciones publicitarias sectoriales, alejándolas del fomento del consumo abusivo. Asimismo, a través de la participación de Zamora Company en Espirituosos España se han llevado a cabo diferentes **acciones de apoyo** enfocadas a promover un consumo responsable:

- ♣ Programa “Menores: ni una gota”.
- ♣ Campaña “Sal de cuentas con cero en alcohol”.
- ♣ Participación en Noc-turnos.
- ♣ Campaña de prevención de consumo abusivo en la Comunidad Universitaria.
- ♣ Campaña “Tú Sirves, Tú Decides”.
- ♣ 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.

Con respecto al **marketing** y la **comunicación responsable**, Zamora Company sigue el **Código de Autorregulación del Vino en materia de Publicidad y Comunicaciones Comerciales** promovido por la FEV y cuya vigilancia externa recae en Autocontrol de la Publicidad.

## 6.2 Satisfacción de clientes y consumidores

Las prioridades de Zamora Company:

- ♣ **Calidad** y seguridad alimentaria.
- ♣ **Seguridad** de la información y protección de datos personales.
- ♣ **Experiencia** de cliente.

### Calidad y seguridad alimentaria

**Certificaciones y acreditaciones** externas como herramientas de confianza, fomento de la mejora y reconocimiento externo:

- ❁ **Cartagena:** ISO 9001 (Calidad) e IFS (Calidad y Seguridad Alimentaria).
- ❁ **Dicastillo:** IFS (Calidad y Seguridad Alimentaria).
- ❁ **Haro:** BRCGS e IFS (Calidad y Seguridad Alimentaria).
- ❁ **Villa Massa:** ISO 9001 (Calidad).

Durante el 2023, como cada año, **se han auditado tanto internamente como externamente todos los centros certificados**. Los resultados de estas auditorías se han valorado positivamente y han sido tratados debidamente para garantizar la mejora continua.

Se destaca en el 2023 que las auditorías IFS de Dicastillo, Haro y Cartagena se realizaron con éxito bajo el esquema de "auditoría no anunciada", lo que supone una garantía total del cumplimiento de los requisitos de seguridad alimentaria y de calidad en cualquier época y circunstancia del año.

El Grupo tiene asimismo implantada una política firme de **formación y concienciación en materia de calidad y seguridad alimentaria** (en España, el 100% de los empleados ha realizado la formación en Higiene Alimentaria), y dispone de las herramientas necesarias para conocer el grado de satisfacción de sus clientes y consumidores, porque sus opiniones y preferencias son para el Grupo la mejor fuente de inspiración:

- ❁ Cuestionarios y encuestas específicos
- ❁ Comunicaciones recibidas
- ❁ Recopilación y análisis de datos de rendimientos
- ❁ Grupos de discusión y participación en foros especializados
- ❁ Informes de organizaciones de consumidores
- ❁ Estudios del sector, de mercado y de posición competitiva

### Comunicaciones y reclamaciones:

Nuestros sistemas de gestión, tal como lo exigen las normas de referencia en base a las 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.

	2022	2023
N.º de reclamaciones justificadas	35	33
N.º de reclamaciones justificadas por millón de litros producidos	1,26	1,27

El indicador de número de **reclamaciones por millón de litros** producidos se ha mantenido prácticamente constante en relación al año anterior.

Asimismo, hay que destacar que la herramienta de control y gestión de reclamaciones para todas las marcas del Grupo mediante el programa Salesforce sigue vigente y permite un contacto más ágil, en muchos casos del consumidor final. Teniendo en cuenta otras marcas producidas por co-packers, el número de reclamaciones fue de 46 en total (13 en marcas de co-packers), con una ratio de **3,77 reclamaciones por cada millón de unidades vendidas**.

Se ha **mejorado** de forma significativa en los indicadores de **comunicaciones y reclamaciones**, por una mejora en los procesos internos y por la falta de circunstancias anormales que provocaran un aumento de las reclamaciones, como en años precedentes.

El mayor número de reclamaciones están relacionadas con **elementos defectuosos o ausentes** en las presentaciones (defectos en las tapas, en los corchos o en las cápsulas). También ha habido reclamaciones relacionadas con el producto, tanto en vinos como en bebidas espirituosas (apreciaciones sobre el líquido desde un punto de vista organoléptico).

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

En este 2023 se ha realizado una **encuesta de satisfacción del cliente** que, como novedad, ha abarcado las **5 marcas estratégicas** (Licor 43, Ramón Bilbao, Martin Miller's, Mar de Frades y Villa Massa), para todos los clústeres en los que está dividido el mercado mundial, con nuevos indicadores y con una comparación respecto de la competencia. Los resultados de la encuesta han sido satisfactorios, obteniéndose altas puntuaciones en relación con la competencia, con opciones de mejora en uno de los clústeres (Europe & Emerging) y en varios departamentos como Supply Chain, Innovación y Operaciones. Derivado de estos resultados se planteó un Plan de Acción y mejora para los próximos meses.

En 2023 se destaca que **sigue aumentando el número de consultas por parte de consumidores en relación con los ingredientes** presentes en los productos, alergias y otras preguntas de carácter técnico.

De todas las comunicaciones y reclamaciones se lleva a cabo una **investigación y seguimiento ad hoc** por el departamento técnico de la marca afectada y, en todos los casos, se da una respuesta 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. Sin embargo, sí que **se ha establecido un plazo máximo de 72 horas para dar respuesta a cuestiones técnicas** tanto internas de la compañía como externas de clientes y consumidores.

## Seguridad de la información y protección de datos personales

El **Plan de seguridad de la Información de Zamora Company** está basado en la norma ISO/IEC 27002 e integra las actividades de prevención y minimización del riesgo de los incidentes de seguridad, a partir de los criterios de gestión del riesgo establecidos por el Grupo.

En el Grupo Zamora Company es plenamente consciente de la relevancia de la seguridad de la información y de proteger los datos personales, no solo de sus clientes y leads, sino también extensible a empleados, socios y proveedores. En todos los casos se cumple 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. A través del Departamento Legal y el de Transformación Digital se regulan los controles disponibles en la compañía para implementar el valor de la Seguridad de la Información en toda la Organización. Se han adoptado medidas que garantizan que sólo se traten los datos necesarios en lo relativo a la cantidad, la extensión del tratamiento, los periodos de conservación y la accesibilidad a los datos.

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.

Zamora Company dispone de una **Política de gestión de incidentes de seguridad de la información**, la cual establece cómo deben tratarse, registrarse y solventarse incidencias que afecten a la Seguridad, mal funcionamiento del Hardware, software, comunicaciones, amenazas, vulnerabilidades y riesgos:

- ♣ 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.



**En 2023, igual que en ejercicios anteriores, no se ha registrado ninguna incidencia relativa a la seguridad y la privacidad de la información.**

Como muestra de nuestro avance en el ámbito de la transformación digital y de cómo estamos aplicando las últimas tendencias para gestión de la información, Zamora Company participó en el **Gartner Data Analytics Summit 2022**, que reúne a líderes de datos y análisis de todo el mundo, no siendo habitual que una empresa no tecnológica tenga visibilidad en este tipo de eventos.

## Experiencia de cliente

### Enoturismo y turismo industrial como experiencia de consumo

'**Experiencia 43**', el espacio experiencial de la marca Licor 43, ha obtenido la certificación '**S de Sostenibilidad**' que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), convirtiéndose en el primer centro turístico dentro de la rama de turismo industrial en España en obtener dicha certificación. Este sello reconoce el trabajo de empresas del sector turístico a favor de la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, reafirmando el compromiso de la compañía con el turismo sostenible, de calidad y respetuoso con el entorno.

Las instalaciones de 'Experiencia 43' están trabajando de manera paralela para conseguir próximamente el sello 'Q de Calidad' del ICTE.

La compañía ha apostado en la última década por **el turismo como elemento de valor en la mejora de la experiencia de consumo**. Actualmente contamos con tres bodegas visitables: en Rías Baixas (Mar de Frades), Rueda (Ramón Bilbao) y Rioja (Ramón Bilbao), además de dos plantas industriales también abiertas al turismo: la 'Experiencia 43' en Cartagena y el servicio de visitas guiadas en la destilería de Dicastillo (Pacharán Zoco), iniciado en 2022.

Proyectos de restauración, degustaciones y catas, rutas en bicicleta, recogida del fruto y visita a los procesos de producción, son algunas de las actividades innovadoras con las que hemos consolidado nuestro modelo turístico.

### Nuestros objetivos:

- ♣ Enriquecer la propuesta a nuevos y habituales consumidores.
- ♣ Incentivar el conocimiento del producto de proximidad.
- ♣ Contribuir al desarrollo de la economía local.
- ♣ Crear momentos inolvidables con propuestas que respetan el medio ambiente, y mejoran el vínculo social.

### Spanish Wine Academy

Se trata de una Iniciativa de Bodegas Ramón Bilbao, como espacio de formación en abierto sobre la cultura alrededor del vino español.

Su objetivo es acercar al mundo del vino a expertos y consumidores, ofreciendo formaciones específicas como parte de la experiencia, facilitando material para profundizar en el conocimiento sobre el vino en España y organizando encuentros con enólogos, permitiendo elegir a los usuarios entre dos niveles: Winelovers y Winexperts.

### Premios "Juli Soler" impulsados por Spanish Wine Academy

El talento joven del vino español es reconocido en Madrid Fusión a través de los premios "Juli Soler", creados por Madrid Fusión The Wine Edition y presentado por la Spanish Wine Academy de Ramón Bilbao, para premiar a los jóvenes con mayor proyección en los diferentes campos del sector del vino.

Este galardón se equipara al de "Joven Chef Revelación" de Madrid Fusión.

### La Cabaña Mar de Frades Garmet Lounge

Mar de Frades abre el paso a la temporada de invierno con La Cabaña Garmet Lounge by Mar de Frades es una experiencia atlántica a más de mil metros de altura en Aramón Formigal-Panticosa: un lugar único que marida a la perfección el esquí con una experiencia gastronómica de alto nivel.

Tras la gran acogida que tuvo la temporada pasada, La Cabaña Garmet Lounge by Mar de Frades, en la temporada 2022-2023 se ha llevado a cabo una gran ampliación del espacio, pasando de los 141 metros de terraza a los 315 metros útiles. En su interior caben 20 personas y en el exterior un total de 122 entre mesas altas y sentadas, además de una zona VIP exclusiva para 20 personas.

El espacio cuenta con una decoración rústica y clima de montaña, no solo para acoger a aquellos amantes del esquí, sino también a los paladares más exquisitos, ya que se servirá una selecta oferta gastronómica acompañada del Albariño. Una experiencia en la que disfrutar de las privilegiadas vistas de las montañas y que invita a vivir el espíritu atlántico de Mar de Frades en pleno Formigal. Al maridaje estrella de esquí y nieve le acompaña otro componente imprescindible: la música. Por primera vez, el grupo español Taburete aterrizó en La Cabaña Garmet Lounge by Mar de Frades con un concierto mágico y atlántico en medio de pistas, un lugar único que marida a la perfección el esquí con la música.

### Club Venturio

Club Venturio se diseña como un lugar exclusivo para los amantes y exploradores del vino. Además de los canales habituales de distribución, alimentación y hostelería, ponemos a disposición de los consumidores nuestro Club Venturio: una iniciativa más enfocada a mejorar la experiencia de cliente, posibilitando el servicio de venta telefónica y tienda online, disfrutando de ventajas exclusivas para socios y con compromiso de entrega en 48-72 horas laborables.

Solo por realizar la primera compra de vino, el cliente pasa a formar parte del Club Venturio, recibe un descuento para próxima compra y dos invitaciones para visitar alguna de nuestras bodegas.

Configuración propia de estuches para regalos, packs en condiciones ventajosas, opción de contraetiqueta personalizada o envíos con dedicatoria, son algunos de los servicios especiales de Club Venturio que buscan elevar la experiencia del cliente.

### Séptima Edición de Bartenders & Baristas Challenge Licor 43

Cada año, Licor 43, el licor español con mayor crecimiento internacional invita a los profesionales de la coctelería y el café de todo el mundo a mostrar su experiencia e imaginación preparando las combinaciones más creativas de Licor 43 con café en el Bartenders & Baristas Challenge.

La competición alcanzó su séptima edición en 2023, celebrándose por primera vez en Madrid y resultando ganador la costarricense Gabriela Wong con su cóctel 'Capital Vice'.

## 6.3 Innovación sostenible

El Grupo Zamora Company dispone de un nutrido portfolio de referencias que satisfacen diferentes expectativas de consumidores, apostando por productos innovadores que ofrecen experiencias de consumo para todos los momentos y que siguen cosechando premios. Algunos ejemplos:

**Licor 43 Chocolate**, lanzado al mercado en 2021 y ejemplo de **innovación social**, ha sido elegido **Producto del Año por su carácter innovador** y su sorprendente receta que combina Licor 43 original y cacao 100% de origen sostenible, a través de un proveedor perteneciente al programa "Cocoa Horizons", que impulsa la prosperidad de los cultivadores de cacao y ayuda a construir comunidades agrícolas autosuficientes que protegen la naturaleza.

El Premio Producto del Año es el único certamen donde los consumidores eligen, mediante su voto directo, los productos más innovadores del año, y en el que cada año participan más de 10.000 personas. No hay jurado ni comité de expertos, sino que son los propios usuarios los que recomiendan cuáles son sus nuevos productos favoritos.

Otro ejemplo de innovación es el nuevo **sabor manzana de Cocktail 43 Fresco**, con bajo contenido en alcohol y primer producto "listo para tomar" (RTD) de Licor 43. Así mismo, ya en 2021 se añadieron otros **dos nuevos productos innovadores** a la gama de cócteles enlatados: Licor 43 Milk y Licor 43 Nitro & Coffee.

Aplicamos una **agricultura regenerativa** con nuestras prácticas de campo biodinámicas; 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 2023 hemos logrado la **Certificación Demeter** para los viñedos de Cruz de Alba, una marca de reconocimiento para los productos agrícolas o ganaderos producidos

conforme a los principios de la agricultura biodinámica, que respetan los ciclos naturales y promueven la salud del suelo, las plantas y el ecosistema en general, siendo un requisito previo indispensable estar certificado conforme al reglamento europeo de agricultura ecológica.

Por su parte, Ramón Bilbao dispone de una línea de vinos ecológicos, la **gama Organic**, culminación de una apuesta por la sostenibilidad y un paso más en nuestro camino de empresa consciente.

### Todos nuestros vinos son certificados veganos

**Vinos Mar de Frades certificados veganos.** Mar de Frades Finca Monteveiga completa nuestra propuesta de terruño en Rías Baixas. Finca Valiñas, vino icónico de la bodega, ha evolucionado su packaging y ha lanzado una botella azul borgoña personalizada con gaviotas grabadas, incluyendo una etiqueta que nos habla del paisaje en el que se enclava la finca, un lugar idílico con cepas de 45 años de antigüedad, mirador de la costa atlántica.

**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.

**Lolea dispone de su variedad orgánica**, Lolea Garnacha y su variedad N°1 en formato lata, que la convierte en el aperitivo perfecto fácil de llevar, refrescante, lleno de sabor y listo para tomar.

En la categoría de espirituosos, hay que destacar los **vermuts de Villa Massa**: las expresiones superpremium Vermouth Giardino Tradizionale Rosso y Mediterranean Dry.

**Martin Miller** ha destacado por el Martin Miller's Summerful Gin y Yellow Rose Harris County como otras de las innovaciones que se suman al portfolio de Zamora Company.

### Innovación para la transparencia y el etiquetado responsable

Desde los sectores del vino y las bebidas espirituosas se ha lanzado una **innovadora iniciativa para el etiquetado digital**, que brinde a los consumidores europeos una información completa y multilingüe con solo un clic a través de códigos QR: información relevante, estandarizada y detallada, como el listado de ingredientes, información nutricional, pautas de consumo responsable y también 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.

Asimismo, en consonancia con nuestra política de empresa consciente y responsable con el entorno y los grupos de interés, a través de Ramón Bilbao hemos apoyado la creación del **Hub de Digitalización y Vino**, una iniciativa promovida por la **Federación**

**Española del Vino (FEV)** que impulsa un espacio de trabajo común entre los principales agentes digitales y las empresas del sector vitivinícola.

## 6.4 Premios y reconocimientos

El año 2023 ha sido de nuevo un año de **grandes reconocimientos para Zamora Company y sus productos**. El total de premios recibidos por la compañía ha seguido creciendo, convirtiéndose así, en una de las empresas de vino y bebidas espirituosas más reconocidas y celebradas del mundo.

De forma más concreta, fueron Martin Miller's Gin, Villa Massa y Licor 43 quienes obtuvieron grandes reconocimientos a lo largo de este año en lo relativo a los espirituosos, mientras que, en la división de vinos, fue Ramón Bilbao junto a su proyecto boutique de vinos singulares de Lalomba, así como Mar de Frades y Cruz de Alba quienes coparon los podios de los premios nacionales e internacionales más importantes.

### Reconocimiento a la calidad de los espirituosos

Martin Miller's Gin fue uno de los triunfadores de los **World Gin Awards 2023**. Sus marcas 9 Moons y Westbourne recibieron la medalla de oro y, además, 9 Moons fue proclamada como la mejor ginebra añejada del Reino Unido en estos premios, otorgados por la prestigiosa revista Gin Magazine. Por otro lado, Martin Miller's 9 Moons consiguió otra medalla de oro en la última edición de la **International Wine & Spirit Competition**.

Fue también en el marco del **San Francisco World Spirit Competition** donde Zamora Company obtuvo grandes reconocimientos con la entrega de una medalla doble de oro para Villa Massa Vermouth Giardino Tradizionale Di Torino Rosso y una medalla de oro para Villa Massa Amaretto. Este último, junto a Licor 43 Chocolate, obtuvo otra medalla de oro en los premios **IWSC – Club Oenologique**.

La calidad de las marcas de Zamora Company fue también protagonista en la última edición del certamen **The Spirits Business Masters**, donde Licor 43 Chocolate obtuvo una medalla máster y Licor 43 Carajillo, Cocktail 43 Milk, Villa Massa Amaretto, Villa Massa Vermouth Giardino Tradizionale y Villa Massa Vermouth Giardino Mediterráneo recibieron cada uno una medalla de oro.

Por último, fue en los **SIP Awards**, certamen que premia las bebidas espirituosas mejor valoradas por los consumidores, donde la calidad de los productos de Zamora Company también se vio reconocida. Licor 43 Horchata y Licor 43 Chocolate obtuvieron dobles oros y Carajillo 43 RTD obtuvo una medalla de oro, mientras que Villa Massa Limoncello y Villa Massa Amaretto lograron el "Best of Class Platinum" y el Platinum Consumers respectivamente. Además, Villa Massa Vermouth Giardino Tradizionale consiguió dos oros y un Consumers' Choice Awards, mientras que Villa Massa Vermouth Giardino Mediterranean obtuvo un Gold y Consumers' Choice Award.

Los vinos de Zamora Company también obtuvieron una gran variedad de premios que demuestran su calidad y posicionamiento en el mercado. En 2023, y por quinto año consecutivo, Ramón Bilbao fue una de las **50 marcas de vino más admiradas del mundo**, distinción otorgada por profesionales del sector y ranking publicado por Drinks International, del cual solo forman parte los vinos más reputados de entre la infinidad de marcas que compiten por estos puestos.

Fue en el **Concurso Garnachas del Mundo** donde Ramón Bilbao Límite Sur 2019 se llevó la medalla de oro, gracias a su elaboración con uva de variedad 100% garnacha de la sierra de Yerga, en La Rioja. Cabe destacar también que la marca de vinos de Zamora Company se impuso entre las más de 800 propuestas de vino garnacha presentadas al prestigioso concurso francés, que este año se celebró en Nueva York.

Mar de Frades, vino albariño de la compañía, obtuvo otro reconocimiento en forma de medalla de plata en el **Concurso Mundial de Bruselas**.

### Excelentes puntuaciones

Más allá de los premios otorgados a las diferentes marcas, cabe destacar también las excelentes puntuaciones obtenidas en las guías de vino durante 2023. Mar de Frades Finca Monteveiga Albariño y Lalomba Finca Ladero, vinos premium de Zamora Company, consiguieron 97 puntos **Decanter**. Ambos vinos destacaron entre las 18.250 opciones presentadas en la última edición del **Decanter World Wine Awards**, concurso más influyente en la industria vitivinícola que cuenta con un jurado de 236 expertos, de los cuales 53 son Masters of Wine y 16 son Master Sommeliers.

La innovación, la calidad de los productos y el detalle de los procesos de elaboración del portafolio de Zamora Company también contribuyó a su posicionamiento entre los mejores de España. Los vinos del Grupo obtuvieron excelentes calificaciones en la **Guía Proensa 2024**, destacando los 99 puntos obtenidos por Ramón Bilbao Mirto, Lalomba Finca Ladero, Lalomba Finca Valhonta y Mar de Frades Finca Monteveiga, que les hacen rozar el techo de la guía.

En lo relativo a la guía **Peñín 2024** muchas referencias obtuvieron también excelentes puntuaciones, como es el caso de los 95 puntos de Lalomba Tinto – Finca Valhonta 2019 y los 94 puntos otorgados a Mirto de Ramón Bilbao 2018.

### Otros reconocimientos e hitos importantes

Zamora Company obtuvo a lo largo de 2023 otros premios e hitos como el **Premio Internacional al Mejor Modelo de Negocio** con mención a la Mejor Estrategia Comercial y de Clientes, otorgado por la consultoría de negocio Development Systems en colaboración con la Asociación para el Progreso de la Dirección.

Por otro lado, Cruz de Alba obtuvo la certificación internacional **Demeter** para sus viñedos como resultado de su compromiso con la agricultura biodinámica y el espacio **'Experiencia 43'** obtuvo el sello **S de Sostenibilidad** del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), primer complejo de turismo industrial que recibe esta certificación.

Además, durante 2023 Ramón Bilbao obtuvo el premio a Mejor Campaña de Marketing Internacional por su iniciativa 'Spanish Wine Master' en los **International Wine Challenge Industry Awards 2023** y se adhirió a la **International Wineries for Climate Action (IWCA)**, colectivo internacional formado por más de 40 empresas productoras de vino en todo el mundo, comprometidas con la reducción de las emisiones de carbono para proteger el planeta.

Por último, cabe destacar el hito alcanzado por Licor 43 durante este año ya que consiguió alcanzar el **millón de cajas vendidas**.

## 7. COMPROMISO CON EL PLANETA

### Cuestiones Ambientales recogidas en este informe

Zamora Company persigue la excelencia empresarial y demuestra un firme compromiso con la preservación del medio ambiente y la gestión sostenible de los recursos. En todas sus operaciones, la empresa integra de manera clara y directa el respeto por el entorno en los lugares donde desarrolla su actividad.

Con la adopción de este enfoque, Zamora Company pretende alinearse con la creciente conciencia global acerca de la importancia de adoptar prácticas sostenibles en el ámbito empresarial.

En este contexto, la compañía ha identificado minuciosamente los aspectos ambientales comprometidos como resultado de su actividad. Este análisis ha culminado con la compañía trazando cuatro líneas estratégicas definidas dentro de su modelo de Empresa Consciente:

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

De este modo, y en el periodo de tiempo que abarca este informe, la empresa ha ampliado el alcance de los centros en los que basa el cálculo de sus indicadores ambientales. Los centros considerados son los siguientes:

- ♣ Cartagena, Murcia (España)
- ♣ Haro, La Rioja (España)
- ♣ Dicastillo, Navarra (España)
- ♣ Meis, Galicia (España)
- ♣ Rueda, Castilla y León (España)

- ♣ Quintanilla de Onésimo, Castilla y León (España)
- ♣ Oficinas de Madrid, Madrid (España)
- ♣ Sorrento (Italia)
- ♣ Houston- Texas (EEUU)

Para garantizar la coherencia y la relevancia de los datos que se mostrarán en el presente informe es importante destacar que no se incluirán los datos de otras sedes comerciales u oficinas que, debido a su escasa influencia en el indicador global, no aporten cantidades significativas a la evolución medioambiental de la compañía (como podrían ser la producción de residuos, el consumo de agua o los vertidos). Ejemplos de estas sedes las encontraríamos en Londres (UK), Barcelona (España), Dallas (EEUU) y Múnich (Alemania).

Otras exclusiones destacables en los indicadores ambientales del presente informe las encontramos en marcas específicas (como Lolea, Nitro & Coffee, Milk y Carajillo 43), o en marcas de distribución como Ron El Abuelo y el champán Pommery. El motivo de la exclusión de estos centros se debe a que no están bajo el control directo de las operaciones de la empresa y que, además, producen otros productos que no están directamente relacionados con la cartera de productos de Zamora Company (co-packers), lo que imposibilita la inclusión de sus indicadores en el cómputo global de este informe.

### Gestión Ambiental de Zamora Company

En términos generales, y durante el año 2023, los ocho centros de producción listados anteriormente (excluyendo las oficinas de Madrid) han alcanzado una **producción conjunta de más de 26,3 millones de litros de las marcas insignia** de la compañía entre las que se incluyen, entre otras, Licor 43, Mar de Frades o Ramón Bilbao.

Aunque mantiene los estándares de excelencia característicos de la compañía, Zamora Company ha reducido su volumen de producción en unos 1,2 millones de litros, una disminución del 4% respecto al año anterior a este informe.

En consonancia con el compromiso ambiental de la compañía, varios de los centros de Zamora Company cuentan con certificaciones ambientales internacionales, como la ISO 14001 (para la Gestión Ambiental) para los centros de Cartagena y Dicastillo, la certificación de edificios BREEAM en Cartagena, y la certificación "Sustainable Wineries for Climate Protection" en Ramón Bilbao y Mar de Frades.





Cartagena  
Dicastillo



**SUSTAINABLE  
WINERIES**  
for Climate Protection

Ramón Bilbao  
Mar de Frades



Cartagena

### Riesgos ambientales, aspectos e impactos:

Zamora Company reconoce que su actividad conlleva ciertos riesgos ambientales, que deben identificarse y gestionarse para preservar la operativa de la compañía y el entorno en el que desarrolla sus operaciones. Estos riesgos, además de potencialmente acarrear acciones legales en caso de incumplimiento normativo y afectar negativamente la imagen de la empresa son abordados por Zamora Company, no solo en virtud de tales consideraciones, sino también como parte de su firme compromiso con la responsabilidad ambiental empresarial.

En este contexto, la empresa ha concentrado sus esfuerzos en la implementación de medidas preventivas y de control, llevando a cabo un seguimiento exhaustivo de las mismas. Esta actitud proactiva ha permitido a la compañía categorizar los riesgos ambientales con un impacto bajo.

En línea con su compromiso con la mejora continua, actualmente, la empresa actualiza, evalúa y define los riesgos asociados a su negocio, permitiendo que sean incorporados a la estrategia global del Grupo.

En relación a los riesgos asociados al cambio climático, no se considera un riesgo relevante para la actividad empresarial en la actualidad. No obstante, en los próximos ejercicios, la compañía llevará a cabo una evaluación exhaustiva y completa de las posibles consecuencias que el cambio climático pueda tener en sus operaciones y productos, los cuales mantienen una estrecha relación con las condiciones climáticas y el medio natural.

Cada año, la empresa identifica y evalúa los aspectos ambientales relevantes utilizando criterios de magnitud y peligrosidad con el objetivo de determinar aquellos sobre los que su actividad genera un mayor impacto. Consciente de que la importancia de identificar y evaluar adecuadamente dichos aspectos radica en la gestión posterior de los mismos, el análisis concluyó con la identificación de los siguientes aspectos ambientales:

- ✿ Consumo de agua
- ✿ Consumo de energía eléctrica
- ✿ Consumo de combustibles fósiles (gasoil 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...)

Entre los aspectos ambientales que han resultado evaluados como más significativos se incluyen, pero no se limitan a:

- ♣ Consumo de agua
- ♣ Consumo de energía eléctrica
- ♣ Generación de residuos no peligrosos
- ♣ Emisiones de calderas
- ♣ Emisiones de vehículos
- ♣ Consumo de materias primas para la elaboración de envases y *packaging*.

Gracias a esta evaluación, la empresa se compromete a abordar estos aspectos ambientales de manera proactiva, implementando medidas de mitigación y control que minimicen su impacto en el medio ambiente.

### Organización y recursos:

En lo referente a la gestión de riesgos ambientales, la compañía cuenta con sistemas de gestión ambiental certificados que se encuentran coordinados bajo la supervisión de un único Gerente Corporativo para el Grupo, quién también desempeña un papel crucial en el apoyo durante las auditorias de las ya citadas certificaciones. El gerente designado asume la responsabilidad de recopilar los datos relevantes, establecer objetivos ambientales y determinar las inversiones necesarias para mantener la excelencia ambiental de la compañía y sus centros.

Esta estructura se complementa con la designación de una persona adicional que asumirá la responsabilidad sobre las cuestiones medioambientales de cada planta, trabajando en estrecha colaboración con la dirección técnica de la respectiva instalación.

Zamora Company, para fortalecer su compromiso con la sostenibilidad, realizó diversas inversiones en sus instalaciones, gestionadas individualmente por cada planta. Además, la inversión ambiental incluye el desembolso de 12.000 euros destinados a

mantener activas las certificaciones a través de procesos de auditorías internas y externas.

El resultado de dichas auditorias reforzó el cumplimiento exitoso de los estándares ambientales establecidos, no encontrando incumplimientos graves que hiciesen peligrar las certificaciones.

En este contexto, y entendiendo que ninguna de las actividades u operaciones de Zamora Company se encuentra dentro del ámbito de aplicación de la Ley 26/2009, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental, la compañía no ha establecido ninguna garantía financiera a través de la contratación de seguros o pólizas específicos en materia de medio ambiente.

**No se han identificado incumplimientos legales ni se han recibido expedientes sancionadores en materia ambiental.**

Por último, Zamora Company apuesta firmemente por la divulgación y sensibilización a todos sus trabajadores en cuestiones ambientales. Por eso, durante el periodo que comprende este informe, el área corporativa de Empresa Consciente ha realizado periódicamente diversas comunicaciones medioambientales. En dichas comunicaciones se detallaron los compromisos adquiridos por Zamora Company con la Agenda 2030 y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

## 7.1 Acción por el clima

### Adaptación de Zamora Company al Cambio Climático

Los cambios climáticos y meteorológicos cada vez más evidentes y extremos, representan un desafío significativo para la actividad empresarial de Zamora Company, la cual ve comprometida la estabilidad y continuidad de sus operaciones. Por ello, la compañía pretende continuar innovando en la adopción de medidas para adaptarse a esta problemática.

De manera voluntaria, Zamora Company forma parte del Grupo Impulsor del Compromiso por el Desarrollo Sostenible del Puerto de Cartagena, donde se promueve el estricto cumplimiento de los ODS relacionados de manera directa con el medio ambiente. En dicho Grupo, el ODS 13 "Acción por el Clima" cobra una gran relevancia, promoviendo la conciencia colectiva en la lucha contra 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.

En este contexto, y desde hace varios años, la empresa ha liderado acciones significativas que la posicionan como un actor clave en la lucha contra el cambio climático. Ramon Bilbao y Mar de Frades, han alcanzado hitos importantes en este ámbito.

## Ramon Bilbao

En 2017 Ramon Bilbao se consolidó como una **bodega sostenible pionera en España** al unirse al programa "*Wineries for Climate Protection*", obteniendo una certificación única y específica para el sector vinícola en materia de sostenibilidad que, además, se encuentra amparada dentro de la FEV (Federación Española del Vino).

En consonancia con lo anterior, Ramon Bilbao, reafirmó su compromiso con la producción primaria al conseguir ser la primera bodega en certificar las actividades en viñedo.

Posteriormente, Ramon Bilbao se convirtió en la única bodega española en formar parte del comité fundador de la "*Sustainable Wine Roundtable*" (SWR), una iniciativa global dedicada a promover la sostenibilidad y abordar las consecuencias del cambio climático en la industria del vino.

**En 2023, la empresa se unió a la "*International Wineries for Climate Action*" (IWCA)**, un grupo colaborativo comprometido con la reducción de emisiones de carbono en el sector vinícola y que, como miembro de la campaña *Race to Zero* de las Naciones Unidas, se compromete a alcanzar y divulgar los progresos en torno al **objetivo "Net Zero"**.

Además, Ramon Bilbao ha estado cultivado uvas en altitudes no convencionales, especialmente para la gama de vinos "Viñedo de Altura", ubicados a 700 metros de altitud en los viñedos de la Rioja Alta y la Rioja Oriental. Esta iniciativa se alinea con uno de los objetivos adoptados en cuanto a los sistemas de cultivo: adaptar las etapas de maduración con el objetivo de retrasar las mismas.

## Mar de Frades

Por su parte, Mar de Frades, consciente de las graves consecuencias del cambio climático para su actividad, ha sido pionera en la experimentación con tres variedades de uva única, las cuales no se cultivan en ningún otro lugar y carecen de estudios agroeconómicos previos. Esta iniciativa ha permitido a Mar de Frades diferenciarse significativamente de otras empresas del sector, al elaborar nuevas y originales variedades de vino blanco.

Además, la sociedad cuenta también con la certificación "*Wineries for Climate Protection*" y está desarrollando un ambicioso plan de sostenibilidad ambiental denominado "Programa Conscious de Mar de Frades", que abordará de manera integral las líneas corporativas que ha marcado la compañía a nivel de Grupo.

Por todo lo recogido anteriormente, Zamora Company enfoca sus objetivos medioambientales en la optimización del consumo energético y la reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (en adelante, GEI) a la atmósfera.

## Energía

*“Zamora Company establece un objetivo ambicioso por el cual se compromete a que para el año 2025, el 90% de su consumo energético provenga de fuentes renovables, objetivo muy próximo a cumplirse puesto que el promedio de consumo energético renovable alcanzó un prometedor 63,53% en el año 2023”*

En línea con el enfoque y visión futura que caracteriza a Zamora Company, la compañía ha establecido un ambicioso objetivo por el cual se compromete a que para el año 2025, el 90% de su consumo energético provenga de fuentes renovables. En consonancia con este objetivo, durante el 2023, Zamora Company ha establecido varias medidas enfocadas en mejorar la eficiencia energética y fomentar el uso de energías renovables. Entre las medidas adoptadas destacan:

- ♣ La implementación de sistemas de autogeneración eléctrica renovable mediante la instalación de placas solares en los lugares operativos donde desarrolla su actividad. Estas medidas ya están mostrando resultados exitosos, como puede ser el caso de la planta de Ramon Bilbao Haro donde tras la instalación de estas placas han logrado reducir la dependencia de fuentes energéticas convencionales o la renovación de sistemas de autogeneración eléctrica en la planta de Cartagena.
- ♣ La compra exclusiva de electricidad 100% de origen renovable.
- ♣ La sustitución de la luminaria actual por tecnología LED que no solo reducirá el consumo energético, sino que también prolongará la vida útil de los sistemas de iluminación.
- ♣ Conscientes de que el progreso en materia de sostenibilidad es un ejercicio común, desde Zamora Company se fomenta la concienciación y formación de su fuerza laboral promoviendo una cultura corporativa orientada hacia el uso responsable de la energía.

En 2023, y por la caída de la producción, Zamora Company registró una disminución del 2,93 % en su consumo total de energía respecto al 2022 (en valor absoluto).

Un aspecto destacado del compromiso de Zamora Company con la sostenibilidad energética es el aumento del consumo de energía renovable, que alcanzó **el 63,53% en el año 2023** (aumentando el consumo con respecto al año anterior). Esta tendencia ascendente en el uso de energía renovable se debe en gran medida a la utilización de energía autogenerada por las placas fotovoltaicas instaladas.

Es importante destacar que, si bien el porcentaje de energía renovable es alto en las operaciones de planta, la actividad de campo presenta un panorama diferente. En este sentido, el uso de combustibles fósiles sigue siendo predominante debido a la falta de tecnologías eléctricas eficientes en el entorno rural. Sin embargo, la compañía persigue cambiar gradualmente los equipos fósiles por alternativas eléctricas más sostenibles.

## Indicadores de consumo energético

Consumo (MWh)	2022	2023
Electricidad	4.545,33	4.253,07
Gas natural	317,20	205,71
Otros gases	94,95	79,38
Gasoil	840,38	1002,25
Biomasa	850,78	707,47
Otras energías	96,65	305,38
<b>TOTAL</b>	<b>6.745,30</b>	<b>6.553,26</b>

Intensidad energética	2022	2023
Consumo energético por producción (kWh/l embotellado)	0,24	0,25

## Emisiones y Huella de Carbono

*“Para el año 2025, la compañía se compromete a reducir hasta en un 15% sus emisiones de CO<sub>2</sub>, considerando el 2018 como año base.”*

*“Desde el año de referencia, hemos ido incorporando medidas que nos han permitido acercarnos a nuestros objetivos de reducción de emisiones totales.”*

*“En el año 2023, la compañía dio un paso más en su compromiso con la sostenibilidad llevando a cabo una minuciosa revisión de la Huella de Carbono correspondiente al año 2022”*

La empresa, que se encuentra certificada bajo estándares de sostenibilidad como WfCP y SWfCP, trabaja activamente para reducir sus emisiones de GEI. Este férreo compromiso persigue dar cumplimiento a otro objetivo planteado a nivel de Grupo: la reducción de hasta un 15% de sus emisiones de CO<sub>2</sub> para el año 2025.

El primer paso dado por la compañía en esta dirección ha sido la identificación de sus focos principales de emisiones a la atmósfera de alcance 1, siendo estos las calderas, los equipos de climatización y la flota propia de la empresa, así como las emisiones derivadas del uso del suelo y fertilizantes.

Entre las medidas adoptadas por Zamora Company para la mitigación del Cambio Climático destacan:

- ♣ Durante 2023, los centros de Ramon Bilbao y Cartagena pusieron en pleno funcionamiento la autogeneración de energía limpia a partir de la instalación de placas fotovoltaicas. Así, la finalmente empresa apuesta por la producción de electricidad sostenible que, se traducirá en menos emisiones de GEI a la atmósfera.
- ♣ Se realizan programas preventivos de mantenimiento para conservar las condiciones óptimas de funcionamiento de equipos y maquinarias.
- ♣ instalación de calderas de biomasa en tres de sus centros de producción (Cartagena, Haro, Rueda). Adicionalmente, durante el año 2022 el centro de Dicastillo ya había sustituido su caldera de gasoil por una más eficiente y respetuosa con el medio ambiente.
- ♣ La compañía se ha comprometido con la adquisición de maquinaria de última generación, con miras a explorar en el futuro la movilidad eléctrica como alternativa sostenible para la flota de vehículos.

Las operaciones asociadas a la actividad empresarial de Zamora Company son llevadas a cabo con el máximo cuidado, respetando en todo momento la normativa vigente. Por ello, y a pesar de no identificar contaminación lumínica ni sonora, mantiene un estricto control para garantizar el cumplimiento de la regulación vigente en los centros operativos de la compañía arrojando unos resultados que se sitúan dentro de los parámetros normativos y aceptables para la actividad desarrollada.

### Indicadores para la emisión de GEI (Gases Efecto Invernadero)

Para favorecer el entendimiento de los alcances propuestos, se establecen las siguientes definiciones:

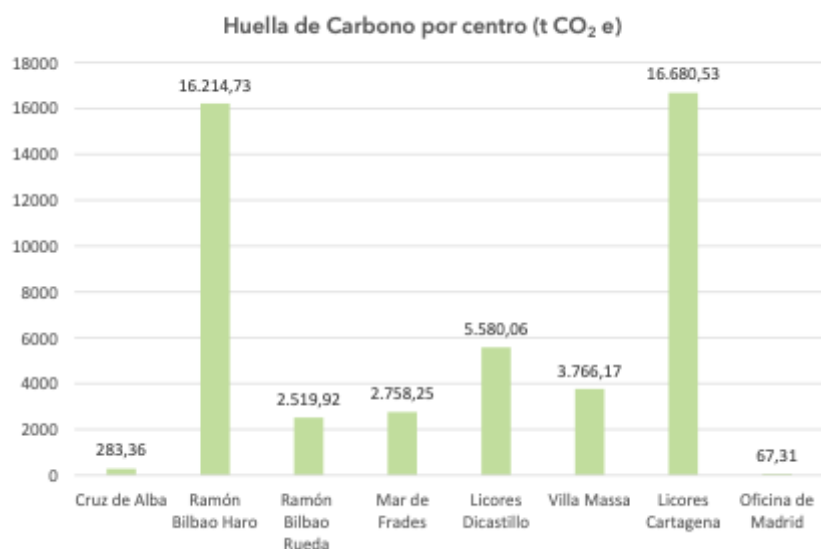
- ♣ Fuentes de emisiones directas: En este apartado se incluyen las fuentes propiedad de la organización o controladas por la misma y cuyas emisiones suceden en el lugar donde se produce el proceso (**Alcance 1**). En el caso concreto de Zamora Company, las emisiones directas provienen del consumo de combustibles de la flota o las emisiones de las fugas de gases refrigerantes de los equipos de climatización.
- ♣ Fuentes de emisión indirectas: En este apartado se encuentran las fuentes de emisión que no son propiedad de la organización o no están bajo su control y cuyas emisiones suceden en un lugar distinto a donde se produce el proceso. Se diferencian, principalmente, dos tipos de emisiones indirectas: las relacionadas con el consumo de electricidad o calor (**Alcance 2**) y las de la cadena completa de suministro y el ciclo de vida de productos y servicios (**Alcance 3**). Las emisiones de Alcance 2 de la compañía provienen de la compra de electricidad a terceros, mientras que las principales emisiones de Alcance 3 proceden de los procesos de packaging, viajes de trabajo y la distribución del producto a clientes nacionales e internacionales.

En el año 2023, **la compañía dio un paso más en su compromiso con la sostenibilidad llevando a cabo una minuciosa revisión de la Huella de Carbono correspondiente al año 2022**, en la cual se abordaron todas las plantas del Grupo en España, permitiendo reportar exhaustivamente los tres alcances y, con ello, poder plantear un plan de descarbonización que lleve a la compañía a alcanzar sus compromisos.

El cálculo de las emisiones arrojó los siguientes resultados:

	2022 (tCO <sub>2</sub> e)
Alcance 1	359,300
Alcance 2	468,298
Alcance 3	47.042,67
<b>TOTAL</b>	<b>47.870,27</b>

Según los cálculos anteriores, la Huella de Carbono del Grupo Zamora Company la integran las huellas de las bodegas, centros y oficina que la componen, como refleja el siguiente gráfico:

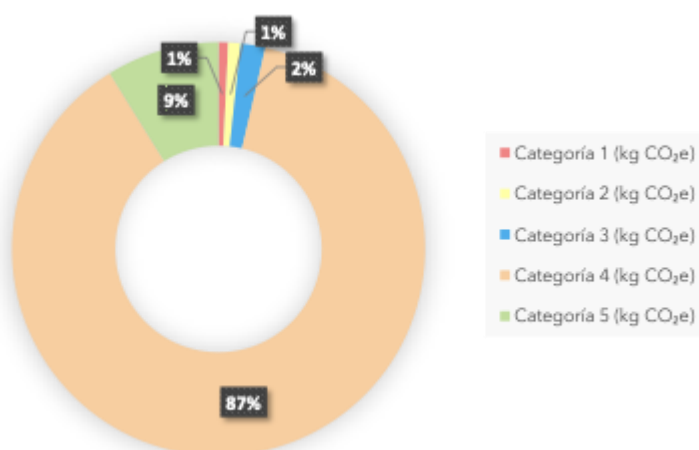


A continuación, se muestra el reparto de emisiones por alcances y centros:



Centro	Categoría 1 (kg CO <sub>2</sub> e)	Categoría 2 (kg CO <sub>2</sub> e)	Categoría 3 (kg CO <sub>2</sub> e)	Categoría 4 (kg CO <sub>2</sub> e)	Categoría 5 (kg CO <sub>2</sub> e)	Categoría 6 (kg CO <sub>2</sub> e)	Emisiones totales (kg CO <sub>2</sub> e)	Emisiones totales (t CO <sub>2</sub> e)
Cruz de Alba	36.126,48	0,00	87.866,16	139.017,36	20.342,57	0,00	283.352,57	283,36
Ramón Bilbao Haro	158.672,79	0,00	186.782,69	14.455.219,09	1.414.086,24	0,00	16.214.759,93	16.214,73
Ramón Bilbao Rueda	37.060,12	0,00	108.123,90	2.177.746,79	196.979,85	0,00	2.519.910,66	2.519,92
Mar de Frades	21.979,71	0,00	105.823,31	2.412.079,24	218.357,61	0,00	2.758.239,87	2.758,25
Licores Dicastillo	19.909,50	0,00	198.503,96	4.596.955,86	764.668,62	0,00	5.580.037,94	5.580,06
Villa Massa	17.980,27	108.967,70	134.156,20	3.252.428,65	252.636,03	0,00	3.766.168,85	3.766,17
Licores Cartagena	41.955,45	317.636,70	94.352,88	14.867.883,41	1.358.662,06	0,00	16.680.490,50	16.680,53
Oficina de Madrid	25.615,70	41.694,35	-	-	-	-	67.310,05	67,31
<b>Grupo Zamora Company</b>	<b>359.300,02</b>	<b>468.298,75</b>	<b>915.609,10</b>	<b>41.901.330,40</b>	<b>4.225.732,98</b>	<b>0,00</b>	<b>47.870.271,25</b>	<b>47.870,27</b>

Si analizamos la huella por categorías, se puede observar en la siguiente figura que la categoría 4 'Emisiones indirectas de GEI causadas por los productos y servicios que utiliza la organización', y en la que se engloban las emisiones derivadas de la compra de materias primas y aditivos, así como del material de envasado, es la más significativa en la huella de carbono, constituyendo el 87% del total. A ésta le sigue, en menor representación, la categoría 5 'Emisiones indirectas de GEI asociadas con el uso de los productos de la organización', con un 9% del total y en la que se incluyen las emisiones derivadas de la gestión de residuos y del posconsumo de los productos.



Este proceso riguroso de cálculo de la huella y análisis pormenorizado de las emisiones permite a la compañía trazar su hoja de ruta para la descarbonización y el cumplimiento de sus objetivos, pudiendo poner el foco en aquellos centros y categorías de emisiones más significativos.

Asimismo, la compañía ha calculado las emisiones de alcance 1 y 2 por producto:

	Año 2022	Año 2023
gCO <sub>2</sub> e / litro embotellado	32,95	34,70

Como parte del proceso de certificación de la Huella de Carbono, las emisiones incluidas en el presente informe han sido sometidas a un proceso de verificación logrando el correspondiente **certificado de conformidad bajo el estándar ISO 14064**.

A fecha de la publicación de esta Memoria, la compañía no ha finalizado aun el cálculo actualizado de su huella de carbono completa correspondiente al periodo 2023, del cual se informará en próximo ejercicio de reporte.

## 7.2 Circularidad

Debido a la actividad empresarial de la compañía, este apartado cobra especial importancia; por ello, Zamora Company ha planteado diversas maneras de producir y consumir de una manera sostenible, afectado de una manera directa a los flujos de recursos y residuos.

### Packaging

***“Zamora Company utiliza, en una proporción cada vez mayor, criterios sostenibles en sus proyectos de innovación, especialmente en lo concerniente al embalaje”***

Entre las iniciativas adoptadas se destacan:

- ♣ Reducción del peso unitario de los envases consiguiendo una mayor ligereza de estos.
- ♣ Aumento del porcentaje de material reciclado en los envases, facilitando la circularidad de los residuos.
- ♣ Diseño de envases más fácilmente reciclables, facilitando la separación de los distintos componentes del envase (etiquetas, corona y otros componentes del envase).
- ♣ Utilización de materiales respetuosos con el medio ambiente, como biodegradables, reciclados y reutilizables, con un enfoque particular en la reducción del uso de plásticos. Además, en la medida de lo posible, se priorizará la utilización de los materiales naturales como el corcho.
- ♣ Minimización del desperdicio de material a lo largo de todo el proceso de producción.
- ♣ Simplificación de la decoración y el uso de tintas, así como la incorporación de pigmentos biodegradables.
- ♣ Optimización de los gramajes en papel y cartón, así como de los sistemas de embalaje para reducir el impacto ambiental.

Además, Zamora Company está fortaleciendo su relación con los proveedores, colaborando en la búsqueda de alternativas de materiales más sostenibles. Se aporta información complementaria sobre este aspecto en el apartado de este informe correspondiente a Proveedores Conscientes.

### Casos de éxito de Zamora Company para favorecer la Economía Circular

Zamora Company ha desarrollado una serie de proyectos exitosos que destacan por su enfoque innovador y su contribución a la sostenibilidad ambiental. Con la colaboración con socios y la implementación de estrategias de ecodiseño, Zamora Company se ha posicionado como pionera en adoptar prácticas circulares en la industria.

#### ♣ Uso de vidrio (ecodiseño de sus botellas)

La compañía ha establecido una estrecha colaboración con Ecovidrio para gestionar el envasado de vidrio, enfocándose en la prevención y el ecodiseño.

Entre los proyectos más destacados se encuentran:

Producto	Objetivo perseguido	Consecuencias
Botellas Ramón Bilbao crianza y otras marcas minoritarias	Reducción de 40 gr del peso total	Se ven afectados alrededor de 6.474.193 envases (más de 40.000 HI)
Botellas Ramón Bilbao Rueda	Reducción de 60 gr del peso total	Se ven afectados alrededor de 329.905 envases (más de 2.400 HI)
Botellas Ramón Bilbao Rosado	Reducción de 40 gr del peso total	Se ven afectados alrededor de 185.136 envases (más de 1.300 HI)

♣ Cartón: entre las medidas adoptadas se encuentra la unificación de calidades y espesores de papel en el cartón (ahorrando hasta 35 toneladas en su implantación en 2022), la reducción del tamaño de cajas para favorecer su reciclabilidad al disminuir la cantidad de tinta utilizada o la utilización del Kraft crudo, un cartón más sostenible.

Producto	Objetivo perseguido	Consecuencias
Reducción de gramajes en la Caja de 12 de Lolea N1	Reducción de 70 gr del peso total	Se ven afectados alrededor de 10.264 envases (más de 900 HI)
Reducción de gramajes en la Caja de 12 de Lolea N2	Reducción de 70 gr del peso total	Se ven afectados alrededor de 3.250 envases (más de 290 HI)

Reducción de gramajes en la Caja de 12 de Lolea N5	Reducción de 70 gr del peso total	Se ven afectados alrededor de 1.640 envases (más de 117 HI)
Reducción de gramajes en la Caja de 6 de Lolea N3	Reducción de 70 gr del peso total	Se ven afectados alrededor de 2.535 envases (más de 114 HI)
Reducción de gramajes en la Caja de 6 de Lolea N1	Reducción de 70 gr del peso total	Se ven afectados alrededor de 13.017 envases (más de 580 HI)

♣ Plástico: el objetivo de estos proyectos es reducir su consumo y promover la circularidad de este material. Destacan el desarrollo de una tira de desgarre que facilita la retirada del tapón del producto (reducción de 1,4 t de plástico anuales) o la homologación de un nuevo tipo de material film retráctil (permite ahorrar de media un 50% del plástico utilizado en las máquinas de aplicación, consiguiendo con su implementación en 2022 un ahorro de más de 5 toneladas).

Producto	Objetivo perseguido	Consecuencias
Reducción del peso del tapón PP en botellas	Reducción de 70 gr del peso total	Se ven afectados alrededor de 1.612.578 envases (más de 12.000 HI)

♣ Material publicitario sostenible: destacan la eliminación del 100% de las bolsas de plástico *polybag* en todos los materiales punto de venta (POS) o la motivación a sus proveedores a llevar un control exhaustivo del uso del plástico como motivación al ya conocido impuesto al plástico.

♣ Optimización de palets en su logística: Zamora Company ha conseguido desarrollar un modelo logístico eficiente y sostenible en colaboración con un *partner* logístico de palets, lo que ha permitido evitar 47,4 toneladas de CO<sub>2</sub> por transporte, reducir 3,6 toneladas de residuos y ahorrar 39,4 dm<sup>3</sup> de madera.

## Residuos

**Nuestro objetivo: Residuo Cero en el año 2025.**

**“Zamora Company ha alcanzado un alto índice de valorización del 96% de sus residuos. Así, solo el 4 % de los residuos totales se destina a vertedero u otro tratamiento de eliminación.**

Zamora Company otorga a este apartado una especial relevancia por su modelo de negocio, por lo que ha adoptado una visión clara enfocada a la economía circular y la gestión de residuos con una meta desafiante: alcanzar el **residuo cero para el 2025**. Así, la compañía se compromete a redefinir sus procesos para asegurar que los productos que genera no retornen a la naturaleza en forma de desechos, sino que sean reintegrados eficientemente en otros ciclos productivos.

El primer paso que ha dado Zamora Company en la transición hacia una economía circular es la identificación y agrupación de los distintos residuos que genera como consecuencia de su actividad empresarial. De este modo, podremos encontrar:

- ♣ Residuos No Peligrosos: como podrían ser el papel, cartón, vidrio o plástico entre otros. La mayoría de estos residuos propios son valorizados, gestionándose de manera que favorece el cierre del ciclo de vida de los residuos.
- ♣ Subproductos vinícolas: como los orujos, lías o restos vegetales. Zamora Company apuesta por aprovechar el reciclaje de estos o impulsando su uso como abono orgánico.
- ♣ Residuos urbanos: son tratados por gestores externos autorizados que llevarán a cabo el mejor tratamiento posible en función del residuo depositado.
- ♣ Residuos peligrosos: son una cantidad ínfima en relación al resto de residuos, producidos principalmente en actividades de mantenimiento.

Zamora Company apuesta por una correcta segregación de los residuos en origen, convirtiéndose en una práctica fundamental en sus instalaciones. De este modo, se consigue facilitar su posterior tratamiento y valorización a través de los gestores externos autorizados.

Asimismo, la compañía otorga una gran importancia al conocimiento y colaboración de todos los equipos. Por ello, durante el 2023, ha llevado a cabo diversas iniciativas de capacitación orientadas a sensibilizar y educar a su personal sobre la correcta segregación y gestión de residuos en sus centros de trabajo.

A continuación, se muestran las cantidades de residuos generadas por la compañía durante el año 2022 y 2023.

## Indicadores sobre la producción de residuos

Tipo de residuo	2022	2023
Subproductos orgánicos (t)	2.656	2.696,47
Residuos sólidos reciclables (t)	500,10	510,66
Residuos sólidos no reciclables (t)	234,94	126,79
Residuos peligrosos (t)	2,71	2,13
<b>TOTAL</b>	<b>3.393,75</b>	<b>3.336,05</b>

Se desglosan a continuación cada una de las tipologías de los residuos indicadas anteriormente:

Subproductos orgánicos	2022	2023
Lías (t)	350,75	350,60
Orujos (t)	1.691,76	1.843,79
Raspón (t)	118,99	154,12
Arañón (t)	280	252
Otros (tierras, lodos) (t)	214,50	95,23
<b>TOTAL</b>	<b>2.656</b>	<b>2.696</b>

Residuos sólidos reciclables	2022	2023
Vidrio (t)	132,6	152,8
Papel y cartón (t)	264	261,6
Plástico (t)	76,8	68
Madera (t)	5,2	8,1
Metal (t)	20,7	18,3
Otros (t)	0,9	1,9
<b>TOTAL</b>	<b>500,10</b>	<b>510,66</b>

Residuos sólidos no reciclables	2022	2023
RSU	93,34	57,10
Tierras filtrantes	141,60	69,69
<b>TOTAL</b>	<b>234,9</b>	<b>126,79</b>

Ratio de generación de residuos	2022	2023
Kg de residuos por litro embotellado	0,12	0,12

El porcentaje de desechos que pueden ser tratados sin necesidad de vertedero ha experimentado un aumento del 3 %, ascendiendo del 93 % en 2022 al 96 % en 2023.

En cuanto a los residuos de naturaleza peligrosa, su presencia en 2023 representó solo un 0,06 % del total de desechos generados, lo que refleja una reducción adicional en comparación con el 0,08 % registrado en el año anterior.

Específicamente, los residuos derivados de productos fitosanitarios, considerados envases de naturaleza peligrosa son gestionados mediante un sistema de recolección autorizado a nivel nacional, contribuyendo únicamente con un 0,03 % del total de desechos generados.

## Vertidos líquidos

### *“La compañía fija como objetivo el vertido cero a cauce público”*

En consonancia con su compromiso con la economía circular y la correcta gestión de los residuos generados, Zamora Company incluye en su estrategia empresarial la preocupación por el manejo responsable de sus vertidos líquidos. En este sentido, la compañía ha fijado el vertido cero a cauce público como un objetivo fundamental a cumplir para lograr preservar el entorno natural minimizando el impacto ambiental de sus operaciones.

De este modo, y con la producción actual de Zamora Company, se abordan los vertidos realizados clasificándolos de la siguiente manera:

- ♣ **Vertido Cero a Cauce Público:** Esta es la situación ideal y la meta deseada por la empresa. En este escenario, toda el agua residual generada durante el proceso de producción se somete a un riguroso tratamiento interno. Posteriormente, el agua depurada se reintegra en el entorno de manera controlada y segura, ya sea mediante su utilización en las áreas verdes circundantes a la planta o a través de su entrega a gestores especializados en residuos líquidos.
- ♣ **Vertido a Cauce Público Posterior a Proceso de Depuración Interna:** En ciertas circunstancias, el vertido a cauce público puede ser necesario después de un proceso de depuración riguroso llevado a cabo dentro de las instalaciones de Zamora Company.
- ♣ **Vertido Directo a Cauce Público:** aunque este es el escenario menos deseable, Zamora Company reconoce la importancia de enfrentar esta situación de manera transparente y responsable, y cumple con los parámetros legales establecidos para el vertido.

En todos los casos, Zamora Company prioriza el control continuo de los vertidos, asegurando el **cumplimiento estricto de los estándares ambientales y legales** aplicables.

## Consumo de agua

Zamora Company implementa una serie de medidas innovadoras y efectivas para garantizar un uso responsable y eficiente de este recurso vital. Entre dichas medidas destaca la implementación de sistemas de riego inteligente, los cuales desempeñan un papel fundamental al permitir a la empresa consumir la cantidad exacta de agua necesaria para los cultivos, optimizando así su utilización y reduciendo el desperdicio. Otra de las medidas sostenibles incorporadas en las operaciones de Zamora Company es la integración de estaciones meteorológicas que proporcionan datos precisos y actualizados sobre las condiciones climáticas. Esto permite una planificación más eficiente de las labores de campo y una gestión más precisa del riego, minimizando así el consumo innecesario de agua.

El compromiso inquebrantable por la sostenibilidad empresarial también se traslada a las instalaciones de Zamora Company. De este modo, también se han adoptado medidas para el consumo sostenible de recursos hídricos como la instalación de dosificadores en las bocas de las mangueras, el control sectorizado de las zonas de consumo de agua en cada planta, y la adquisición de fregadoras automáticas para suelos.

Pese a estos esfuerzos, en el período anterior se observó un aumento significativo en el consumo de agua, absoluto y relativo. Este aumento, que alcanzó un 42 % en valores relativos y un 34 % en valores absolutos, se atribuye a la mayor producción de cremas en licores. Por ello, la reducción del consumo de agua se ha convertido en un objetivo clave para Zamora Company en los próximos años.

Asimismo, es importante destacar que, en el año 2023, se registró un consumo de 121.628 m<sup>3</sup> de agua en la irrigación de viñedos de las 4 bodegas del Grupo. Aunque esta cifra representa una reducción con respecto al año anterior, se atribuye principalmente a las condiciones climáticas favorables y a una mayor pluviometría en el año 2023.

## Indicadores sobre el consumo de agua

A continuación, se incluyen datos cuantitativos acerca del consumo de agua y las fuentes de abastecimiento utilizadas por Zamora Company:

Fuente de abastecimiento	2022	2023
Red Municipal	93,6%	94,2 %
Pozo	6,4%	5,8%



	2022	2023
Consumo total (m <sup>3</sup> )	52.842,44	67.292
Consumo por actividad (*) (l agua/l embotellado)	1,90	2,58

(\*) Para relativizar el consumo de agua, no se considera en el cálculo ni el consumo de agua para irrigación de viñedos (121.628 m<sup>3</sup> en 2023) ni el utilizado para la elaboración de licores (este último se incluye más adelante en el apartado correspondiente a materias primas).

### Materias primas

Consciente de la importancia del consumo responsable, la compañía prioriza la optimización y la eficiencia en el uso de sus recursos, sin comprometer la calidad de sus productos. Cabe destacar que, dada la naturaleza de su actividad, Zamora Company no utiliza materias primas que por su carácter peligroso puedan generar un impacto ambiental significativo.

Entre las materias primas más relevantes se encuentran:

- ♣ Alcohol
- ♣ Aguardiente
- ♣ Vino
- ♣ Azúcar
- ♣ Vegetales como la uva, el mosto, las endrinas, etc.
- ♣ Café
- ♣ Aromas

Dado que estas materias están intrínsecamente vinculadas a su proceso de producción, la empresa no ha establecido un plan específico de reducción de consumos en este sentido.

En el año 2023, Zamora Company adquirió un total de 28.936,11 toneladas de materias primas, lo que representó una disminución del 8% con respecto al año anterior, principalmente debido a la reducción en la producción del Grupo. De este total, aproximadamente 13.000 toneladas correspondieron a materias vegetales, 6.600 toneladas a agua, más de 4.347 toneladas de azúcar, alrededor de 3.000 toneladas a alcohol, y el resto se distribuyó entre aromas y otros compuestos.

En relación con el uso de fertilizantes y fitosanitarios químicos para las actividades agrícolas, la empresa mantiene un consumo bajo y controlado, sin considerarlo un impacto ambiental significativo. Además, Zamora Company ha implementado medidas para eliminar el consumo de fitosanitarios, aplicando tratamientos preventivos en los viñedos y sustituyéndolos por alternativas orgánicas, contribuyendo así a la preservación del medio ambiente.

Respecto al desperdicio alimentario, no se han emprendido acciones específicas en 2023, ya que no considera que este sea un aspecto ambiental derivado de su

actividad. No obstante, la empresa aplica un estricto control sobre las devoluciones de mercado y las posibles desviaciones en el envasado, minimizando cualquier pérdida o desperdicio de sus productos.

### 7.3 Protección de la Biodiversidad

Zamora Company adopta prácticas empresariales responsables que promueven la regeneración y el mantenimiento de los ecosistemas en los que opera. La empresa reconoce la importancia de preservar la diversidad biológica y los ecosistemas naturales, y ha integrado este compromiso en todas sus operaciones.

En primer lugar, es importante destacar que no se ha identificado ninguna afección significativa a la biodiversidad derivada de actividad empresarial de Zamora Company. Además, ningún centro de producción se encuentra ubicado en áreas protegidas o de especial valor para la biodiversidad, aunque algunos de los viñedos de la empresa sí están incluidos en estas áreas.

Por ello, la compañía apuesta por una agricultura biodinámica y sostenible, implementando una serie de medidas que promueven la protección y el fomento de la biodiversidad en sus viñedos. Entre estas medidas se incluyen:

- ♣ Abstención del uso de herbicidas, pesticidas o transgénicos, priorizando así la salud de los ecosistemas y la conservación de la diversidad biológica.
- ♣ Empleo de abono orgánico para mejorar las propiedades del suelo y mantener su equilibrio natural.
- ♣ Aplicación de tratamientos naturales, como la manzanilla, la cola de caballo o el propóleo, para controlar plagas de forma no invasiva.
- ♣ Utilización de prácticas de confusión sexual en los viñedos para controlar las plagas que afectan a la vid de manera respetuosa con el medio ambiente.
- ♣ Instalación de cubiertas vegetales para favorecer el control biológico de plagas y prevenir la proliferación de especies exóticas invasoras.
- ♣ Implementación de la viticultura de precisión mediante vuelos con drones, lo que permite una gestión más eficiente y precisa de los recursos.
- ♣ Respeto por la fauna local, contribuyendo a la creación de hábitats adecuados mediante la instalación de nidos y postes para aves.

## 8. PROVEEDORES CONSCIENTES

Se mantienen las **líneas estratégicas** definidas en el **Modelo de Empresa Consciente** para seguir avanzando en una gestión responsable y sostenible de la cadena de suministro:

- ♣ Compra y contratación con criterios de sostenibilidad
- ♣ Proveedores como partners de nuestro negocio
- ♣ Evaluación ESG de proveedores – **inicio a final de 2023 como base para el 2024**

### 8.1 Compra y contratación responsable

El panel de proveedores de Zamora Company ha aumentado de los poco más de 1.000 proveedores en 2022 a los **casi 1.200 proveedores en 2023**. Esto se debe principalmente a dos grandes estrategias desarrolladas dentro de la compañía.

La primera, ha sido la apuesta por el **crecimiento continuo y expansión de la división de vinos**, desarrollando viñedos, variedades de uva y por consiguiente nuevos colaboradores necesarios para dicha expansión; y la segunda, por la clara **apuesta por la innovación**, lo que refuerza día a día la competitividad, tanto en los actuales mercados donde operamos, como en los nuevos mercados en los que nos aventuramos con productos novedosos.

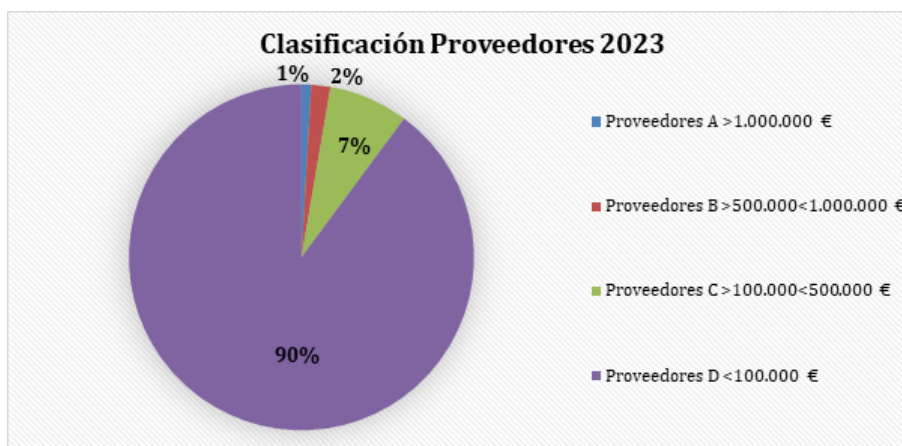
En total, todos estos proveedores de materia prima, packaging, servicios, y otros, suman un **importe de compras superior a los 100 millones de euros**, cifra similar a la resultante en el ejercicio 2022.

La **Política de Gestión de Riesgos** del Grupo ha conducido a seguir apostando por proveedores Nacionales o Intracomunitarios en estos últimos años, como alternativa a proveedores de terceros países, por los siguientes motivos:

1. **Seguridad de suministro**. El tiempo de reacción frente a una incidencia o adversidad con un proveedor en terceros países es superior y las soluciones aportadas por estos proveedores son menos flexibles.
2. Durante **2023** se ha comenzado a implantar el **Sistema de Evaluación ESG de Proveedores**, por lo que los criterios de contratación y evaluación se rigen actualmente, entre otros, por aspectos relacionados con factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Por ello, todo proveedor homologado a raíz de esta iniciativa en 2023 debe conocer y firmar el Código Ético, para poder completar su homologación. A su vez, tanto sus certificaciones en materia sostenible, como su modelo de gobierno son

evaluados en dicho proceso y posteriormente en la evaluación de proveedores.

La clasificación de **proveedores por nivel de facturación en el ejercicio 2023** es la siguiente:

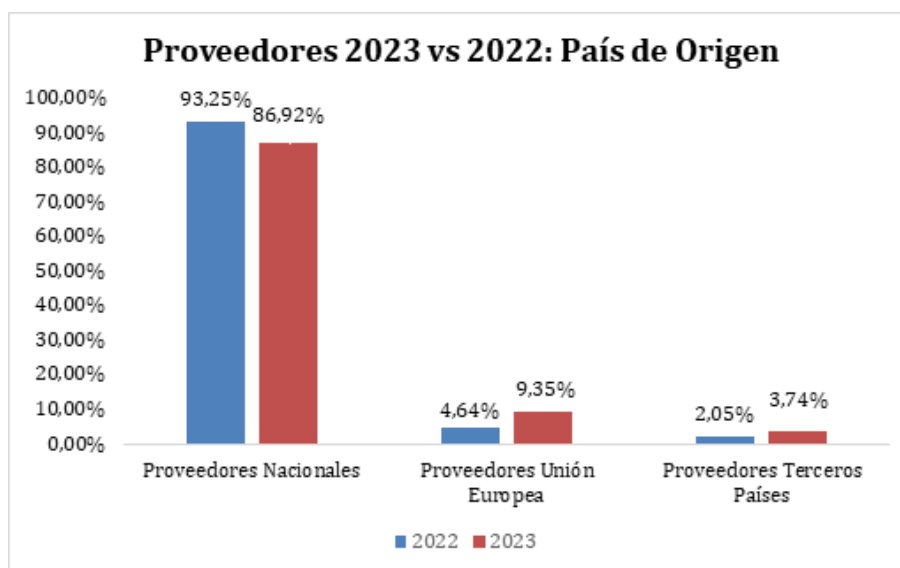


Clasificación de proveedores por nivel de facturación.

El panel de proveedores está caracterizado por un **nivel alto en complejidad**, siendo el mayor grupo el de aquellos proveedores con una menor facturación, lo que requiere de muchos recursos para su correcta gestión.

La estrategia de abastecimiento y contratación apuesta por los **proveedores locales e intracomunitarios** desde hace años, y la misma ha balanceado las operaciones del Grupo hasta alcanzar niveles muy altos de aprovisionamiento dentro de la UE. No obstante, las recientes **operaciones en innovación** requieren explorar nuevas opciones continuamente, por lo que dicho panel de proveedores es dinámico y se encuentra en constante evolución.

En **2023** frente al año anterior, la cifra de **proveedores nacionales** se mantiene cercana al **90%**.



La **Política de Gestión de Riesgos** de Zamora Company, implantada en 2022, ha sido de gran utilidad durante 2023 de cara a mitigar todos los riesgos que se han producido a lo largo de este ejercicio, ayudando al Grupo en la gestión de su cadena de suministro, caracterizada por un entorno actual marcado por la alta complejidad, la volatilidad, la incertidumbre y la ambigüedad.

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, marco macroeconómico y político y, por otro lado, los criterios ESG (ambiental, social y de gobierno corporativo), que están muy presente tanto en la homologación y la evaluación de proveedores como en la adjudicación del servicio.

Las principales herramientas con las que cuenta el Grupo para estos controles son los cuestionarios de **Homologación de Proveedores**, el cumplimiento de nuestro **Código ético**, la solicitud de certificaciones, y la auditoría, todo ello recogido en un **Procedimiento de Compras y Homologación de Proveedores**, que se encuentra en proceso de actualización y cuya nueva versión será puesta en marcha a partir de 2024.

Zamora Company tiene una clasificación de proveedores por tipologías de productos y servicios, separadas en 43 categorías diferentes y cuyos impactos son muy diversos. Este procedimiento es aplicable a todas las sociedades del Grupo que trabajan mediante el sistema central de compras, sin perjuicio de la capacidad de decisión autónoma que corresponde a cada una de dichas sociedades. El alcance del procedimiento abarca la compra de materias primas, de materiales auxiliares y promocionales, y de servicios subcontratados, aunque el Grupo se ha planteado el reto de ampliarlo a todo el perímetro de compras a partir del próximo ejercicio.

Asimismo, pueden solicitarse informes de emisiones de GEI, medición de huella de carbono, cumplimiento del impuesto al plástico, y cualquier otra información que pueda resultar relevante, y ayude a la compañía a estar preparada para adaptarse a la futura normativa europea en materia de diligencia debida en sostenibilidad.

El 100% de nuestros proveedores deben cumplir el Código Ético y regirse por el Procedimiento de Compras y Homologación de Proveedores de Zamora Company

- |   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| 1 | Eliminar toda forma de trabajo infantil.   | 6 | Respetar los derechos de los empleados a asociarse, organizarse o negociar colectivamente sin que sufran por ello ninguna clase de sanción.   |
| 2 | Erradicar cualquier tipo de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.                     | 7 | Obtener y mantener los permisos ambientales para la operatividad de su empresa en caso de ser requeridos, controlando sus impactos ambientales y cumpliendo la legislación correspondiente. |
| 3 | Evitar la discriminación en cualquier tipo de puesto de trabajo.                           | 8 | Mantener un enfoque preventivo para la protección medioambiental, adoptar una mayor responsabilidad ambiental y favorecer tecnologías respetuosas con el medio ambiente.                    |
| 4 | Respetar los horarios máximos de trabajo y sueldos mínimos establecidos.                   | 9 | Evitar ser partícipe de cualquier tipo de corrupción, extorsión o soborno.  |
| 5 | Garantizar que sus empleados desarrollan su trabajo los estándares de seguridad e higiene. |   |   |

Por otro lado, el Grupo Zamora Company también cuenta con una **Política de Calidad y Responsabilidad Social**, aprobada por la Dirección General, que se emplea también 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 del Grupo.

El Grupo cuenta con un **Modelo de Compras Sostenibles**, que se viene aplicando desde 2022, y el cual se basa en la identificación, control y seguimiento de **riesgos ambientales y sociales** en la cadena de suministro, centrándose especialmente en los proveedores considerados como **proveedores clave**.

Se han identificado **tres Grupos Clave** atendiendo a dos factores: estar dentro de los grupos principales de compras, definidos como estratégicos para el departamento en base al Plan Estratégico de Compras y 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:** todos los proveedores de materiales de envase y embalaje ya sean embalaje primario, secundario o terciario, como parte del proceso productivo necesario para la elaboración de estos.
- 2. Proveedores de materia prima:** todos los proveedores de materia prima del Grupo que componen las 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:** proveedores que suministran cualquier tipo de material publicitario o *merchandising*, que pueden formar parte de packs promocionales configurados a partir de productos de Zamora Company, o bien materiales destinados a la promoción, visibilidad o cualquier tipo de acción de marketing de la compañía.

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

En 2023 se ha aumentado el perímetro y se ha auditado a más proveedores clave, incluidos en los Archivos de seguimiento de Certificaciones de Proveedores y Sostenibilidad del Grupo, que están dispuestos en cada centro productivo.

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.

## 8.2 Proveedores como partners de nuestro negocio

*“En 2023 hemos desarrollado con éxito muchos procesos de mejora y visión continua con muchos de nuestros proveedores, retándoles tanto a mejorar en sus procesos, operaciones, costes, como en desarrollos y soluciones internas, lo que nos permite cada día mejorar nuestra competitividad y nuestra eficiencia en los procesos. “*

### La visión de Zamora Company: 4 pilares

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. Un firme **compromiso social** en las actividades desarrolladas.

Se ha seguido avanzando en tres ejes de trabajo críticos para el Grupo: la **distribución sostenible**, el **packaging**, y las **materias primas**.

### Distribución sostenible

En este ámbito se han desarrollado acciones concretas con impacto cuantificado, como es el caso del proveedor logístico de pallets, socio estratégico desde hace años, gracias al cual se ha logrado minimizar los impactos ambientales del Grupo. El **Certificado de Sostenibilidad de 2023**, como se puede ver, continúa ofreciendo datos muy positivos y mejorados respecto el ejercicio anterior, como son los siguientes:

1. El ahorro en madera supera en un **12%** el del ejercicio 2022.
2. La disminución de emisiones también mejora el dato anterior en un **12,5%**.

### 3. La reducción de residuos es un **13%** mayor que en 2022.



\*Figura Diego Zamora, pero se refiere al Grupo Zamora Company en 2023.

## Impacto ambiental del packaging

En lo relativo al compromiso ambiental del Grupo, continúan las iniciativas que están conduciendo al éxito en este ámbito, principalmente:

- ♣ 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.

A continuación, se destacan algunos de los **proyectos más significativos del ejercicio 2023**, fruto del trabajo colaborativo de Zamora Company con los suministradores, que seguirán afianzándose en el futuro.

### **Botellas de vidrio:**

Continúa el proyecto de ecodiseño ya iniciado años anteriores en algunos de los modelos de botella, reduciendo el peso del *packaging*, lo que ayuda al Grupo a ser más sostenible, consumir menos vidrio, y obtener una reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>



en toda la cadena de suministro. A continuación, se detallan algunos ejemplos de ecodiseño en las principales marcas de Zamora Company:

- Botella Borgoña Ramón Bilbao 75cc:
  - Ahorro en peso de 20gr respecto el modelo anterior.
  - Impacto total en toneladas de vidrio al año: 22 toneladas.
  - Reducción emisiones de CO<sub>2</sub> cercano a las 9 toneladas.
  
- Botella Lolea 75cc:
  - Ahorro en peso de 40gr respecto el modelo anterior.
  - Impacto total en toneladas de vidrio al año: 45 toneladas.
  - Reducción emisiones de CO<sub>2</sub> superior a las 15 toneladas.
  - Proyecto planteado en 2022 y ejecutado en 2023 con éxito.
  
- Botella Licor 43 1L.:
  - Ahorro en peso de 10gr respecto el modelo anterior.
  - Impacto total en toneladas de vidrio al año: 18 toneladas.
  - Reducción emisiones de CO<sub>2</sub> superior a las 7 toneladas.
  - Proyecto aprobado en 2023, actualmente en estado ejecución.

### **Cartón ondulado:**

Fruto del trabajo de revisión y estandarización de calidades de cartón realizado dentro de la compañía, se ha continuado optimizando las calidades y diseños de cajas de este material, haciendo estos más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, ya que ofrecen muchas ventajas, entre las que destacan:

- Ahorros en Kg de papel utilizados, vía reducción de gramajes o variación de composición de papeles, ondas, etc.
- Favorecimiento del uso de papeles reciclados dentro de la composición de cartón de las cajas.
- Eliminación de masas de tinta o nº de tintas y disolventes en aplicación de decoraciones, lo que además del ahorro en sí mismo de productos, ofrece una mejora a la hora de la reciclabilidad de ese cartón en usos posteriores.
- Reducción de huella de carbono.
- Reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>.
- Todos los papeles utilizados tienen la Certificación FSC.

Estos son los resultados más relevantes, por marcas, obtenidos del trabajo realizado en la revisión y estandarización de calidades del cartón en 2023:

- Cajas de la marca Martin Miller's Gin:
  - Se ha modificado la composición y papeles utilizados en todas las cajas de esta marca. Obteniendo un ahorro anual de papel superior a las 2 toneladas.

- Se ha eliminado algunas de sus tintas en la decoración, mejorando la reciclabilidad de estas, y ahorrando tinta en su impresión.
- Cajas de la marca Licor 43:
  - Se han modificado los troqueles de las cajas utilizadas en algunos de los formatos de Licor 43 mayoritarios, lo que se traduce en un ahorro total de más de 13 toneladas de papel al año.
  - Por otro lado, se ha modificado el sistema de protección de las botellas, modificando el tipo de separador de cartón utilizado actualmente por uno más sostenible y eficiente, que ha permitido ahorrar 2 toneladas más de cartón al año.
- Cajas de Ramón Bilbao, Mar de Frades:
  - En 2022 se modificaron todos los diseños de cajas, pasando de un tipo de caja con un papel exterior blanco a un acabado crudo tipo "Kraft", de igual resistencia pero que reduce significativamente el uso de tintas en su impresión, lo que mejora sustancialmente la reciclabilidad de las cajas y la generación de residuos.
  - Por otro lado, esta medida hace que las cajas tengan un menor proceso de fabricación, evitando lavados, pegados, etc... esto genera un ahorro energético dentro del proceso, asociado a una disminución de toneladas de CO2 en la cadena de suministro.
  - Además, esta práctica reduce significativamente el consumo de agua en el proceso de fabricación de estas, evitando varios lavados, pegados y contracolados.
  - Hemos mantenido esta guía de diseño sostenible en 2023, en todas las nuevas cajas de estas marcas y sus formatos, con un grado de éxito muy alto.

### **Film Retráctil:**

En 2022 se realizó un ambicioso proyecto de estudio, revisión, comprobación, análisis de rendimientos, mermas y resultado, relativo a la utilización de materiales film en todos los centros productivos del Grupo, así como de la maquinaria y tipo de aplicación de estos para la fabricación de todos los productos.

Fruto de ese estudio, se concluyó que era necesario estandarizar el tipo de materiales a utilizar en las fábricas y el tipo de aplicación en cada caso, ya que los mismos ofrecían ahorros importantes en el consumo de film retráctil y por tanto en toneladas de plástico consumido a final de año.

Ese proyecto ha finalizado en 2023, obteniendo la homologación de esos materiales en todos los centros y la utilización de estos, con el nuevo proceso de aplicación. Fruto

de esta iniciativa, durante 2023, se ha obtenido un ahorro de 9 toneladas de film, plástico, que es muy superior al ahorro ya obtenido en 2022, de 5 toneladas.

Además, cabe indicar que el material homologado es 100% reciclable y que en 2023 han comenzado las pruebas de homologación para la utilización de nuevos materiales que incluyen en su composición film procedente de materiales reciclados hasta en un 30%, por lo que se espera continuar con éxito estas iniciativas durante el próximo ejercicio.

### **Sleeves:**

En 2022 se realizó un estudio para utilizar un porcentaje mayor de PET reciclado en este material de packaging referente a la marca Lolea. Se realizaron pruebas, fabricaciones, impresiones y aplicaciones sobre botella, y se acordó la utilización de material con al menos un 30% del mismo procedente de PET reciclado.

Esta iniciativa se ha mejorado durante 2023, llegando actualmente a emplear sleeves con un 40% procedente de material reciclado, y se sigue investigando de la mano del proveedor partner de este material sobre nuevos films de PET con porcentajes de reciclado aún mayores.

Además, hay que indicar que el material de PET utilizado en los sleeves de la compañía es 100% reciclable, gracias a su reducida densidad, inferior al 25%, lo que le ofrece una mayor flotabilidad en el proceso de reciclado, facilitando este proceso.

Como iniciativa añadida y ya implantada desde hace años, los sleeves empleados por Zamora Company 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. De este modo se consigue el menor impacto ambiental posible.

### **Etiquetas:**

Se han realizado varias iniciativas en relación a las etiquetas y contraetiquetas. Las más destacables son las siguientes:

- **Papeles reciclados:** se ha potenciado desde el Departamento de Compras una transición en la utilización de papeles para las etiquetas, desde papeles vírgenes a papeles de composición proveniente de papel reciclado, como por ejemplo en las siguientes marcas:
  - *Gama Ramón Bilbao Crianza y Verdejo.*
  - *Gama Ramón Bilbao Verdejo.*

Esta iniciativa es claramente más sostenible al fomentar el uso de materiales reutilizados o reciclados, y por tanto muy favorable desde el punto de vista ambiental.

- Papel soporte PET 100% reciclado: durante 2023 se han implementado varios cambios en el papel soporte de las etiquetas, sustituyendo dicho soporte de composición papel a otros de composición PET 100% reciclado. Esta iniciativa, además de mejorar el rendimiento en etiquetado en las líneas de producción, ofrece un menor impacto ambiental al utilizar material reciclado, que además se puede reutilizar en un flujo continuo. Algunos ejemplos de marcas donde se han realizado estos cambios son:
  - *Etiquetas El Afilador.*
  - *Etiquetas Martin Miller's Gin.*

### **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, fue mandatorio en 2022 para el 100% de compra y se ha mantenido durante 2023 vigente, por tanto, el total de las compras de este tipo de material realizadas por el Grupo en 2023 ya dispone de la certificación FSC.

- **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. Dicha iniciativa resultó en una reducción del 25% del uso de material plástico no reciclado dentro la composición de los materiales comprados en 2022.

En 2023 se ha seguido potenciando esta iniciativa, reduciendo el número de compras de materiales con composición de plástico no reciclado por debajo del 10% respecto del total de las compras realizadas, teniendo como objetivo reducirlo al máximo posible durante el próximo ejercicio.

- **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*, el cual se hizo mandatorio para 2022 al 100% de la compra. En **2023** el total de las compras siguen cumpliendo con esta iniciativa.

### **Proveedores de materias Primas**

Como ya se ha mencionado anteriormente, en el punto de este informe correspondiente al compromiso de Zamora Company con el planeta, debido a la naturaleza de las actividades desarrolladas por la compañía, no se produce un consumo elevado de materias primas que por su naturaleza 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.

Los consumos de MMPP de Zamora Company durante 2023 han sido muy parecidos a los obtenidos en 2022, aproximadamente 20.000 toneladas de estas materias primas. De este total, más de 11.000 toneladas han sido materias vegetales, más de 3.600 toneladas de azúcar, alrededor de 3.200 toneladas de alcohol y el resto se distribuye entre aromas y otros ingredientes.

Los esfuerzos del Grupo se han centrado 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 2023 como impacto ambiental significativo. El objetivo marcado por el Grupo 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.

### Compromiso social en nuestra cadena de suministro

Como se ha comentado anteriormente, el compromiso social en las actividades de la compañía es uno de los cuatro pilares fundamentales de nuestra visión de Proveedores Conscientes, por ello tratamos de promover de manera continua acciones en este sentido.

Para las numerosas operaciones de manipulados que se realizan al año, el Grupo cuenta con la experiencia y buen hacer de sus proveedores de confianza, pero en 2023 se ha procedido a la homologación de un nuevo proveedor, **Funcarma**, calificado como **Centro Especial de Empleo** y perteneciente a la **Fundación Raíles**.

Durante este año se ha comenzado a trabajar con ellos, adjudicándoles un 10% aproximadamente de las operaciones de manipulado de la compañía, con un resultado favorable, por lo que para el próximo año el objetivo será adjudicarles un porcentaje superior del total de las operaciones, potenciando así el compromiso social del Grupo a través de nuestra cadena de suministro.

## 9. NUESTRA VINCULACIÓN CON LA 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.

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.

El modelo de **Empresa Consciente** de Zamora Company recoge las siguientes líneas estratégicas, transversales a toda la compañía, de compromiso con la sociedad en su conjunto y con las comunidades locales donde se desarrollamos sus actividades:

- ♣ **Filantropía corporativa** para apoyo a colectivos vulnerables.
- ♣ **Compromiso** con el desarrollo local, la cultura y el arte.

### 9.1 Filantropía corporativa

Zamora Company ha asumido el compromiso de donar anualmente el **2% del beneficio neto de la compañía a acciones sociales**, enfocadas a los colectivos más necesitados de nuestras áreas de influencia empresarial en España.

En 2023 hemos colaborado con **650.000 euros** repartidos entre diversos colectivos y entidades sociales.

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 entre diferentes proyectos como:

Ayudar 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 sintecho

- ♣ 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 Primera Oportunidades (Cruz Roja)
- ♣ Proyecto Puentes por la Igualdad en el Empleo (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)

#### Inclusión de infancia en riesgo de exclusión

- ♣ Promoción 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 hemos 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.

En los últimos años, Zamora Company ha obtenido varios reconocimientos por su compromiso social por parte de diferentes entidades.

## 9.2 Compromiso con el desarrollo local, la cultura y el arte

### Materia prima local

En el año 2023 se adquirieron del orden de 12.000 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 los vinos, la cultura del vino está íntimamente ligada al desarrollo social y económico, siendo reflejo del aprovechamiento vitivinícola del medio y, por tanto, refleja su efecto sobre el desarrollo social y económico de las regiones. **Las uvas deben ser per se de origen**, bien Rioja, Rueda, Ribera o Albariño.

### Enoturismo sostenible

*A través de las experiencias enoturísticas, aprovechamos la cultura del vino para revalorizar territorios, impulsando su desarrollo social y económico.*

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 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 inició el servicio de **visitas guiadas** en la destilería de pacharán Zoco en Dicastillo (Navarra) que todavía sigue activo.

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 que ha continuado abierto los sábados durante 2023, 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.

Asimismo, hay **experiencias de vendimia** disponibles también en Ramón Bilbao Haro y en Mar de Frades.

Por otra parte, en capítulo anterior de esta memoria ya se ha destacado '**Experiencia 43**', el espacio experiencial de la marca Licor 43 que cuenta con la certificación '**S de Sostenibilidad**', reconocimiento al compromiso de la compañía con el turismo sostenible, de calidad y respetuoso con el entorno.

## Apoyo a la cultura y el arte

En 2023, el grupo Zamora Company ha mantenido su apoyo a la cultura y el arte.

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, a través de convenios con entidades, asociaciones y centros educativos de las comarcas donde se ubican sus plantas.

Durante el ejercicio 2023, el Grupo ha mantenido sus patrocinios en apoyo a la cultura y el arte. Algunos ejemplos de nuestra actividad:

Zamora Company participa en la iniciativa **Cartagena Puerto de Culturas, la marca turística de la ciudad** con unos objetivos específicos:

- Priorizar las inversiones que redunden en la mejora del entorno urbano.
- Fomentar la puesta en valor de los recursos patrimoniales.
- Posicionar la imagen de Cartagena en el mercado del turismo cultural.
- Desarrollar un tejido empresarial ligado a la prestación de servicios turísticos y culturales.
- Establecer un entorno sostenible de gestión de los recursos turísticos y culturales puestos en valor.

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

### Licor 43 promueve la oferta gastronómica y de ocio de la región de Murcia

Zamora Company ha creado en el Puerto de Cartagena el **espacio 'Cuarentaytrés'**, llamado a ser un referente gastronómico y de ocio en la Región de Murcia. El espacio ofrece gastronomía mediterránea de alta calidad, con varios espacios reservados para eventos públicos o privados, y actividades culturales y de ocio que enriquezcan la vida sociocultural de Cartagena, contribuyendo especialmente al desarrollo económico, comercial y social de la zona portuaria, actuación emblemática de la Plaza Mayor para la recuperación socioeconómica del Puerto de Cartagena impulsado por la Autoridad Portuaria y la Alcaldía de Cartagena.

El espacio está dirigido al cliente local y a los viajeros nacionales e internacionales que cada año visitan Cartagena y quieren disfrutar de la gastronomía mediterránea de calidad en un entorno único.

### Mar de Frades con la moda española

La bodega gallega mantiene su compromiso un año más con el mundo de la moda tras celebrar su **décimo aniversario** el pasado 2022. **Roberto Diz** es protagonista de la 11ª Edición Limitada de Mar de Frades

El maridaje de Mar de Frades con el mundo de la moda entra en su undécimo año con diseñador sevillano, dando así continuidad a una **década llena de expresión y creatividad** siempre de la mano de los diseñadores más destacados del país. Desde 2012 nombres como Laura Ponte, Miguel Palacio, Alvarno, Jorge Vázquez, Duyos, Duyos, Ana Locking, Agatha Ruiz de la Prada, The 2nd Skin Co., Moisés Nieto o Lorenzo

Caprile han sido los responsables en vestir la emblemática botella de Mar de Frades con una **"segunda piel"** para su Edición Limitada.

### #MardeFradesdeCine

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

Por sexto año consecutivo, Mar de Frades con su esencia exigente, atrevida y vanguardista, invita a disfrutar de la máxima expresión del albariño para celebrar la fidelidad de su **compromiso con el festival donostiarra**. Disfrutar del Festival de Cine de San Sebastián significa también disfrutar de todo el encanto de una de las ciudades con más estilo del mundo, del glamour que invade sus calles esos días, y por supuesto, de su gastronomía.

### Villa Massa en #Passioneltalia, el gran evento de promoción Made In Italy en España

La marca de limoncello Villa Massa estuvo presente en 2023 en la feria **#Passioneltalia**, el evento de promoción de la gastronomía, artesanía y turismo de Italia, organizado desde 2009 por la **Cámara de Comercio e Industria Italiana para España**.

El evento, que se celebró en la Scuola Statale italiana di Madrid los días 9, 10 y 11 de junio contó con áreas de restauración y puestos de productos italianos entre los que destacó **la caseta de Villa Massa, decorada al más puro estilo sorrentino**, en la que los visitantes pudieron disfrutar de productos clásicos de la marca como el Villa Massa Limoncello, Villa Massa Amaretto y Vermuth Giardino. En total se ofrecieron más de 2.000 pruebas de producto.

### ZOCO celebra el Día del Padre con 'Lo que de verdad nos une'

La marca navarra de pacharán se ha unido a la calígrafa bilbaína **Begoña Viñuela** para felicitar el Día del Padre con 'un mensaje en una botella'. La experta en lettering ha sido la encargada de grabar en el frontal de la botella, una misiva personalizada para felicitar el **Día del Padre**.

Ambos no solamente están unidos por su tierra, sino también por la pasión con la que atesoran los buenos momentos. Por un lado, ella con su exquisita caligrafía es la gran protagonista de los principales eventos de la vida de muchas personas, mientras que Zoco es todo un clásico de los buenos momentos, mirando al presente y al futuro y conectando generaciones.

### Nuestro limoncello se une a la alta cocina mundial

Villa Massa, el auténtico limoncello de Sorrento, se ha convertido en todo un referente en el mundo de la alta gastronomía y la restauración. En 2023, ha continuado en su compromiso en la búsqueda de la excelencia, al formar parte por segundo año consecutivo de **The World's 50 Best Restaurants**, el prestigioso ranking de excelencias culinarias que se celebró en Valencia en junio.



---

*“Desde su creación, Limoncello Villa Massa ha buscado la excelencia, desde una materia prima con los mejores ingredientes naturales de Italia, hasta un método tradicional de elaboración, que hacen de su licor un producto único. Esta dedicación por la calidad nos hace sentirnos plenamente identificados con los chefs que están presentes en The World’s 50 Best Restaurants Awards, ya que gracias a su savoir faire y pasión, han llegado a donde están”*

## ANEXO TABLA DE CONTENIDOS DE LA LEY 11/2018

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI	Cap. Memoria
<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	2.La Compañía y 3. Nuestro modelo de empresa consciente
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	A lo largo de todo el documento
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	4.Bueno gobierno corporativo
<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	7.Compromiso con el planeta

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI	Cap. Memoria
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.		7.Compromiso con el planeta
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.		7.Compromiso con el planeta
	Aplicación del principio de precaución.	GRI 2-24	7.Compromiso con el planeta
	Provisiones y garantías para riesgos ambientales.	GRI 3-3	7.Compromiso con el planeta
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	7.Compromiso con el planeta
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	7.Compromiso con el planeta
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	7.Compromiso con el planeta
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	GRI 301-1	7.Compromiso con el planeta
	Consumo, directo e indirecto de energía. Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética. Uso de energías renovables.	GRI 302-1	7.Compromiso con el planeta
Cambio Climático	Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)	GRI 305-1, 305-2, 305-3	7.Compromiso con el planeta
	Medidas para adaptarse al Cambio Climático.	GRI 3-3 Emisiones	7.Compromiso con el planeta
	Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones GEI y medios para tal fin.	GRI 3-3 Emisiones	7.Compromiso con el planeta
Protección de la biodiversidad	Medidas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 3-3 Biodiversidad GRI 2-25	7.Compromiso con el planeta
	Impactos causados por la actividad.	GRI 304-2	7.Compromiso con el planeta

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI	Cap. Memoria
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 2-7 y 2-8 GRI 401-1 GRI 405-1	5.Empleados empoderados
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.		5.Empleados empoderados
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.		5.Empleados empoderados
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.		5.Empleados empoderados
	Remuneraciones medias por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	GRI 2-19 GRI 405-2	5.Empleados empoderados
	Brecha Salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.		5.Empleados empoderados
	Remuneración media de los consejeros y directivos, desagregada por sexo.		5.Empleados empoderados
	Medidas de desconexión laboral.	GRI 3-3 Empleo	5.Empleados empoderados
	Empleados con discapacidad.	GRI 405-1	5.Empleados empoderados
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo.	GRI 3-3 Empleo	5.Empleados empoderados
	Número de horas de absentismo.	GRI 403-9	5.Empleados empoderados
	Medidas para facilitar la conciliación.	GRI 3-3 Empleo	5.Empleados empoderados
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 3-3 SSL	5.Empleados empoderados
	Indicadores de siniestralidad desagregados por sexo.	GRI 403-9	5.Empleados empoderados
	Enfermedades profesionales.	GRI 403-10	5.Empleados empoderados
Relaciones Sociales	Organización del diálogo social.	GRI 3-3 Relaciones trabajador-empresa	5.Empleados empoderados
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo.	GRI 2-29 y 2-30	5.Empleados empoderados
	Balance de los convenios colectivos en el campo de la salud y seguridad en el trabajo.	GRI 2-30 GRI 403-4	5.Empleados empoderados

Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI	Cap. Memoria
Formación	Políticas de formación.	GRI 3-3 Formación GRI 404-2	5.Empleados empoderados
	Horas totales de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1	5.Empleados empoderados
Accesibilidad	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 3-3 Diversidad, igualdad de oportunidades No discriminación	5.Empleados empoderados
Igualdad	Medidas de igualdad entre hombres y mujeres.		5.Empleados empoderados
	Planes de igualdad.		5.Empleados empoderados
	Medidas para promover el empleo.		5.Empleados empoderados
	Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.		5.Empleados empoderados
	Política contra la discriminación y gestión de la diversidad.		5.Empleados empoderados
Derechos Humanos	Aplicación de procedimientos de debida diligencia.	GRI 2-25 GRI 3-3 Evaluación de derechos humanos. Libertad de asociación y negociación colectiva. Trabajo infantil. Trabajo forzoso u obligatorio. Privacidad GRI 406-1, 407-1, 408-1, 409-1 y 418-1	4.Buen Gobierno Corporativo
	Medidas de prevención y gestión de los posibles abusos cometidos.		4.Buen Gobierno Corporativo
	Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos.		4.Buen Gobierno Corporativo
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de la OIT.		4.Buen Gobierno Corporativo
	Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación y del trabajo forzoso u obligatorio; abolición efectiva del trabajo infantil		4.Buen Gobierno Corporativo
Corrupción y soborno	Medidas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 2-25 y 2-27 GRI 3-3 Anticorrupción	4.Buen Gobierno Corporativo
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.		4.Buen Gobierno Corporativo
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	GRI 413-1	4.Buen Gobierno Corporativo
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 Compromiso con las comunidades locales	9.Filantropía y acción social
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio.		9.Filantropía y acción social



Contenidos de la Ley 11/2018 (EINF)		Estándares GRI	Cap. Memoria
	Relaciones con las comunidades locales.	GRI 413-1	9. Filantropía y acción social
	Acciones de asociación o patrocinio.	GRI 2-28	9. Filantropía y acción social
Subcontratación y proveedores	Inclusión de cuestiones ESG en las compras.	GRI 2-25 GRI 2-6	8. Proveedores conscientes
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	GRI 3-Prácticas de adquisición GRI 308-2 GRI 414-2	8. Proveedores conscientes
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.		8. Proveedores conscientes
Consumidores	Medidas para la salud y seguridad de los consumidores.	GRI 3-3 Salud y seguridad en clientes	7. Clientes y consumidores
	Sistema de gestión de reclamaciones y quejas recibidas.	GRI 416-1 y 416-2	7. Clientes y consumidores
Información fiscal	Beneficios obtenidos por país.	GRI 201-1	2. La Compañía
	Impuestos sobre beneficios pagados.		2. La Compañía
	Subvenciones públicas recibidas.	GRI 201-4	2. La Compañía