

MEMORIA 2021 DE

# Empresa Consciente



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Índice

|   |    |                                      |     |
|---|----|--------------------------------------|-----|
| Mensajes                                      | 03 | <b>6</b> Consumidores y clientes     | 98  |
| Creando valor 2021                            | 08 | <b>7</b> Compromiso con el planeta   | 133 |
| <b>1</b> Nuestras marcas conscientes          | 18 | <b>8</b> Proveedores conscientes     | 161 |
| <b>2</b> El Grupo Zamora Company              | 29 | <b>9</b> Filantropía y acción social | 172 |
| <b>3</b> Nuestro modelo de Empresa Consciente | 44 | Anexos                               | 181 |
| <b>4</b> Buen Gobierno Corporativo            | 54 | I. Acerca de este Informe            | 182 |
| <b>5</b> Empleados empoderados                | 75 | II. Trazabilidad de la información   | 187 |



---

 Creando  
valor 2021
 

---



---

 Nuestras  
marcas  
conscientes
 

---



---

 El Grupo  
Zamora Company
 

---



---

 Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente
 

---



---

 Buen Gobierno  
Corporativo
 

---



---

 Empleados  
empoderados
 

---



---

 Consumidores  
y clientes
 

---



---

 Compromiso  
con el planeta
 

---



---

 Proveedores  
conscientes
 

---



---

 Filantropía y  
acción social
 

---



---

 Anexos
 

---



# Construimos nuestro legado futuro con las acciones de hoy

Pese a que 2021 ha sido un año de grandes desafíos globales, en Zamora Company hemos reafirmado nuestra convicción de que tenemos la capacidad y responsabilidad de contribuir a una **sociedad mejor y más justa**, apoyando, con nuestro **Plan de Empresa Consciente**, al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS Agenda 2030, Naciones Unidas).

Hace años comprendimos que nuestra actividad está ligada al entorno natural y social que nos acoge y posibilita nuestro negocio, por lo que la protección ambiental y el desarrollo socioeconómico constituyen pilares básicos de nuestro propósito como compañía.

Ahora más que nunca, aunamos todos nuestros esfuerzos hacia un objetivo común: afianzar un **modelo de negocio sostenible** que sea nuestro legado de futuro a la sociedad y al planeta.

Asimismo, apostamos por la creación de **valor compartido** de manera conjunta con todos nuestros stakeholders a través de la sostenibilidad sin olvidar nuestro propósito: ayudar a nuestros consumidores de todo el mundo a saborear mejor cada momento, porque somos los más apasionados creadores de marcas únicas.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Bienvenida del presidente

*Presentamos por segundo año consecutivo nuestra Memoria de Empresa Consciente, en la que compartimos las principales actuaciones que hemos puesto en marcha para colaborar, desde nuestro compromiso empresarial y también personal, en la transformación hacia un mundo más sostenible y un planeta mejor.*

*Si el 2020 fue un año muy complicado a causa de la irrupción de la pandemia, en 2021 hemos tenido que continuar adaptándonos a circunstancias cambiantes e impredecibles. Todos hemos dado lo mejor de cada uno de nosotros de cara a superar con agilidad los obstáculos y con la vista puesta en seguir avanzando en la construcción y desarrollo de nuestro proyecto.*

**José María de Santiago**  
Presidente de Zamora Company



*De lo ocurrido en 2021, me gustaría destacar tres hitos que ilustran las **principales prioridades de nuestra compañía**:*

- 1. En este 2021 hemos superado la actividad registrada en 2020 impulsando el **crecimiento orgánico de nuestro negocio** en todos los canales de distribución y mercados.*
- 2. Hemos invertido **más de 7 M€** en afianzar el modelo de **'empresa consciente'**, con **más de 70 acciones** emprendidas para **protección del medio ambiente, empoderamiento de empleados, el buen gobierno** y la relación con la **sociedad**.*
- 3. En estos meses de 2022 estamos inmersos en un proceso de trabajo para definir el próximo **plan estratégico de la compañía 2023 - 2025** que incluirá los principales objetivos para este periodo, en donde, además, nos*

*enfocaremos en continuar dando respuestas a las **tendencias actuales** de consumo a través de nuestro portfolio.*

*Estamos orgullosos y satisfechos de los resultados, y miramos al futuro con optimismo, reforzando nuestro compromiso de generación de valor compartido.*

*Los escenarios en los que nos toca movernos ya no son los mismos, no son predecibles ni estables. Nos toca, por consiguiente trabajar en un entorno de fuerte volatilidad y ser capaces de anticiparnos a los cambios con determinación, humildad y unidos más que nunca.*

*Les doy la bienvenida a nuestra **Memoria de Empresa Consciente 2021** y les invito, a través de esta lectura, a descubrir nuestras marcas y conocer el compromiso permanente con nuestro Legado de Futuro.*

**Un año más, muchas gracias.**



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Mensaje del Director General

**Ha sido para mí un orgullo asumir el liderazgo de una de las compañías internacionales de referencia en el sector de vinos y espirituosos premium.**

*Alineado con sus valores como **empresa sostenible**, agradezco la confianza de la familia propietaria y asumo el reto con la ilusión de cosechar los mayores éxitos al legado conseguido en estos 75 años de trabajo.*

*Estoy convencido de que lograremos alcanzar nuestras metas gracias al fantástico **equipo de profesionales** con el que cuenta la compañía en todo el mundo, para que nuestros consumidores sigan disfrutando de momentos únicos con nuestras marcas.*

*Mi compromiso es máximo para **impulsar el nuevo plan estratégico** y reforzar los procesos de internacionalización y digitalización, iniciados ya por la compañía en el anterior plan.*

*De la misma manera, seguiremos impulsando nuestro **modelo de Empresa Consciente**, que sin ninguna duda supone para la compañía un acelerador de nuestro negocio y una hoja de ruta que define nuestro propósito y marcará nuestro legado de futuro.*

*Somos conscientes de que la visión de largo plazo se construye día a día. Por esto, la compañía está **apostando por un modelo de negocio sostenible, con marcas conscientes** de la necesidad de **proteger el clima y la biodiversidad, respetando las comunidades** donde operamos y dando respuesta a las necesidades del consumidor respetando a la sociedad en su conjunto. Para ello la compañía además se apoya en las palancas de **transparencia, buen gobierno y liderazgo consciente** como ejes transversales de nuestro negocio.*



**Javier Pijoan**

Director General de Zamora Company



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Agradecimiento del Consejo

En 2021 **Licor 43, nuestra marca icono, ha cumplido 75 años**, a través de los cuales hemos crecido y nos hemos ido transformando, pero manteniendo intactos nuestros valores de empresa familiar, así como nuestro propósito de cuidar el legado social y natural de nuestra actividad de cara a las generaciones venideras.

Nuestro modelo de '**Empresa Consciente**', reformulado en 2020 para afrontar nuevos desafíos, impulsa nuestros objetivos para desarrollar una estrategia de innovación social que repercuta no solo en la cuenta de resultados de la compañía, sino también en el entorno socioeconómico y en el natural, generando un impacto positivo en la sociedad donde operamos. En definitiva, un modelo de negocio alineado con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de la **Agenda 2030** y con tres ejes de actuación clave: **compromiso con el planeta, empoderamiento de los empleados** y valor compartido con la **comunidad social**.

Como parte del compromiso con el Buen Gobierno, la compañía se adhirió en 2021 a **Global Compact de Naciones Unidas**, una iniciativa que promueve la implementación de políticas para la promoción del desarrollo sostenible, derechos humanos y empresa, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. En esta línea, el Grupo Zamora Company ha



**Esther Aguirre**

Consejera y Portavoz de la Comisión  
de Familia de Zamora Company

fortalecido sus **políticas y protocolos** ante riesgos, constituyendo la comisión de retribución y nombramientos, y la comisión de auditoría y riesgos.

Presentamos con orgullo y humildad nuestros logros y nuestros objetivos en esta segunda **Memoria de Empresa Consciente**, que reafirma la intención de Zamora Company de construir un proyecto que pone en valor la **cultura familiar** que siempre hemos impulsado.

Queremos agradecer un año más a todos los que continúan con nosotros, y a los que ya no están, que juntos podamos seguir cuidando de nuestro **Legado de Futuro**, con el compromiso y la pasión que nos caracteriza.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Visión del Conscious Company Manager

*Estamos viviendo un momento sin precedentes. En 2021 nos hemos enfrentado unidos para vencer uno de los desafíos más importantes de nuestra generación, una pandemia mundial, y a la vez, hemos alcanzado un nuevo récord de **reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>** y hemos **disminuido aún más la brecha de desigualdad**, otras de las grandes amenazas para la humanidad.*

*Las compañías hemos de ser parte activa en la búsqueda de soluciones, pasando de la voluntad a la acción, con urgencia y ambición. Y en Zamora Company lo tenemos muy claro.*

*En 2021, hemos reforzado nuestros compromisos e impulsado cambios, dando pasos para contribuir con acciones de impacto, tanto a nivel social como ambiental, **focalizando nuestros esfuerzos en las personas y su bienestar**, en nuestros consumidores y sus necesidades, en los centros productivos, y, en definitiva, buscando generar impacto positivo a lo largo de toda nuestra cadena de valor y para todos nuestros stakeholders.*

**Mantenemos como faro que nos guía la Agenda 2030 y sus 17 ODS, a través de una gestión ética, transparente y basada en el buen gobierno a todos los niveles, porque mantenemos la firme convicción de que estos son los pilares de una nueva sociedad más consciente.**

*Sabemos que aún nos quedan muchas cosas por hacer, pero con la transparencia que siempre hemos querido mantener, en esta **Memoria de Empresa Consciente 2021** exponemos nuestros logros y los retos en los que seguimos y seguiremos avanzando con compromiso firme.*



**Marisa Almazán**  
Conscious Company Manager



# Creando valor **2021**





## Empleo y desarrollo profesional



### Empleo de calidad

Empleados 494

Contratos fijos 87%

Cubiertos por 14 convenios colectivos en España > 98%



### Flexibilidad en el trabajo

Acuerdo de **Teletrabajo**

Política de **flexibilidad horaria** ampliada a Bodegas

Trabajo flexible para puestos que pueden aplicar > 100%

## Salud, seguridad y bienestar laboral



### Prevención

#### Tasa de absentismo

2021 1,35

#### Índice de frecuencia

2021 15,52

#### Índice de incidencia

2021 27,16

#### Índice de gravedad

2021 0,24

Dos Servicios de Prevención Ajenos (SPA) para las sociedades en España

## Conciliación, diversidad e inclusión



### Diversidad de género

#### Mujeres en plantilla

2021 37,58%

2020 35%

+2,58

#### Mujeres en puestos directivos

2021 17%

2020 16%

+1

#### Mujeres en puestos intermedios

2021 40%

2020 38%

+2

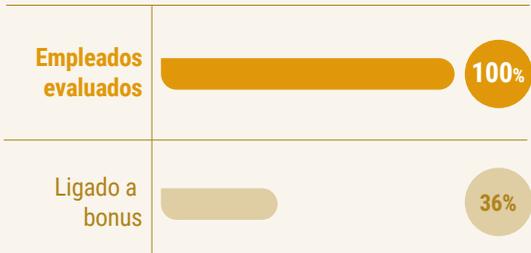
Incrementamos la **representación femenina** en el equipo



## Empleo y desarrollo profesional



### ✓ Empleados evaluados



**+28%** horas de formación vs 2020

## Salud, seguridad y bienestar laboral



### 👋 Enfermedades profesionales

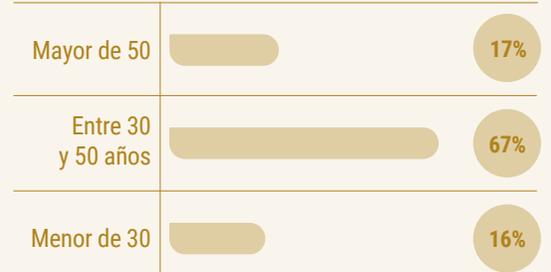
**CERO** enfermedades profesionales

Espacio COVID en Portal de Comunicación

## Conciliación, diversidad e inclusión



### 👤 Trabajadores por edad



### ▲■● Diversidad e inclusión

**1,84%** empleados con necesidades especiales

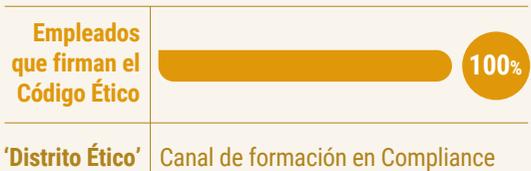
**16** nacionalidades

Nuestro perfil de trabajadores es **diverso e inclusivo**

## Equipo consciente



### ✓ Ética y responsabilidad



Registros en el canal de denuncias > 0

100% empleados sensibilización en ODS

100% empleados formados en Higiene Alimentaria

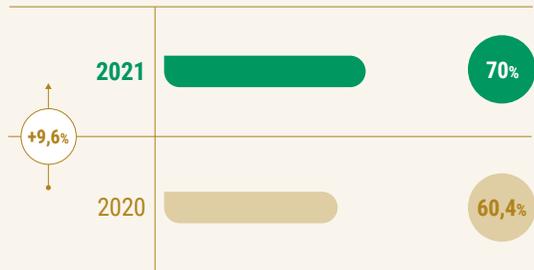
Programas de voluntariado corporativo



## Acción por el clima



### ⚡ Energía renovable consumida



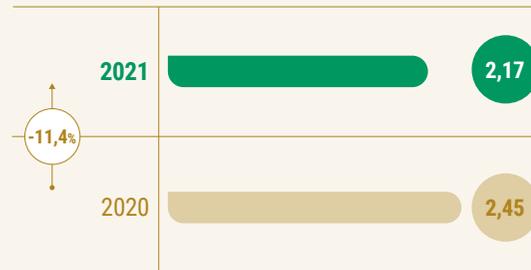
Objetivo 2025 > 90%  
energía renovable

-31,42% energía consumida por litro embotellado vs 2020

## Circularidad

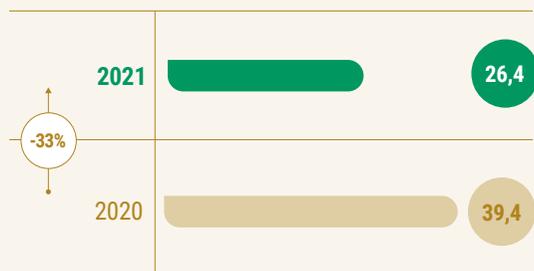


### 💧 Consumo relativo de agua (l/l embot.)\*



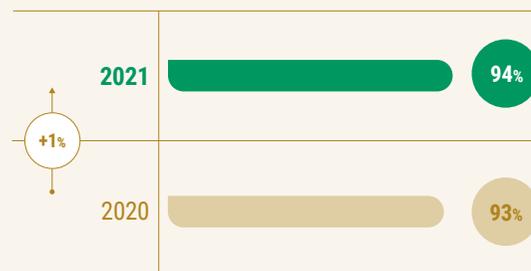
Objetivo 2025 > -15% vs 2018

### ☁️ Emisiones de CO<sub>2</sub> (gCO<sub>2</sub>e/l embot.)\*\*



Objetivo 2025 > -15% emisiones GEI vs 2018

### ♻️ Residuos valorizables / reciclables



Objetivo 2025 > 0 residuo

3,2 t residuos de logística

## Protección de la biodiversidad



Programa de viticultura sostenible

Cultura biodinámica

Sustitución de abonos químicos por fertilizantes orgánicos

Proyectos de I+D para el cuidado de la biodiversidad

Proyecto Sea-Conscious de Mar de Frades

+22% de vegetales ligados a zonas geográficas vs 2020

\*(l/l embotellado): litros de agua consumidos por litro de producto embotellado.

\*\* (gCO<sub>2</sub>e/l embotellado): gramos de CO<sub>2</sub> equivalente emitidos por litro de producto embotellado.



## Acción por el clima



I+D



Nuevas variedades de cultivos adaptadas a cambio climático



Ramón Bilbao única bodega española en el comité fundador de **Sustainable Wine Roundtable (SWR)**



## Certificaciones



**WINERIES**  
for Climate Protection



**BREEAM**  
certificado



**ISO**  
14001:2015  
Certificado  
**ISO 14001**

## Circularidad



### Packaging

Material publicitario certificado FSC



80%

Compra exenta de polybag



70%

30% PET reciclado



### Packaging: material utilizado

Vidrio



50 t

Cartón



10 t

Apostamos por el **ecodiseño** en nuestro **packaging**

## Proveedores conscientes



### Proveedores evaluados

Objetivo 2022



100%

+2,6% de proveedores evaluados en 2021

100% proveedores firma Código Ético

Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la contratación alimentaria (FIAB)



Nuevo Modelo de Compras Sostenibles de Zamora Company

Partner logístico sostenible

35 m<sup>3</sup> de madera

42 t de CO<sub>2</sub> por transporte eficiente

80% de proveedores CIF español



## Consumo responsable



### Campañas consumo responsable

Programa europeo  
'Wine in Moderation'



Programa  
'Menores ni una gota'



Programa  
'Nocturnos'



Consumo cero en  
colectivos de riesgo



Códigos de  
autorregulación



**Zamora Company**  
se incorpora al  
patronato de **FIVIN**

Ampliamos porfolio de **productos**  
con menor graduación alcohólica

## Satisfacción de clientes



### Premios y reconocimientos



Ramón Bilbao entre las 50 marcas  
de vino más admiradas del mundo

Ranking '*The World's Most  
Admired Wine Brands*'

Martin Miller's Gin mejor ginebra  
del mundo.

**27 premios internacionales**

Más de **40** premios y reconocimientos

## Innovación sostenible



### Productos innovadores



Licor 43 Milk y  
Licor 43 Nitro & Coffee



Licor 43 Horchata 100% vegana,  
sin lactosa y sin gluten,  
reconocida en los SIP Awards



Cocktail 43 Fresco RTD Apple  
De baja graduación alcohólica, galardonada  
con Oro Sobresaliente en el concurso IWSC



## Filantropía y acción social



### Acción social

Donación de más de 450.000 € a entidades sociales



### Apoyo a la hostelería

Campaña  
"Brindar contigo,  
nuestro mejor regalo"



### Proyecto Light Humanity

**Ramón Bilbao lucha contra la pobreza energética en el Amazonas**

Colaboración con Feeding America, la mayor organización de lucha contra el hambre

## Satisfacción de clientes



### Reclamaciones e incidencias

**CERO** reclamaciones por seguridad alimentaria

**2,79** reclamaciones por millón de litros (elementos defectuosos)

**CERO** incidencias en materia de protección de datos



### Calidad y Seguridad Alimentaria



Plantas Licor 43,  
Zoco y Villa  
Massa



Planta Zoco  
y Ramón  
Bilbao



Bodegas  
Ramón  
Bilbao

Mantenemos nuestras certificaciones en Calidad y Seguridad Alimentaria.

## Innovación sostenible



### Productos innovadores



Primera línea de vinos ecológicos Ramón Bilbao



Vinos certificados veganos



Lolea Garnacha variedad orgánica en lata



Llega a España Yellow Rose Harris County, bourbon artesanal



## Filantropía y acción social



Promoción del **arte** y la **cultura**



Festival de San Sebastián 2021  
#MardeFradesdeCine



Mercedes Benz Fashion  
Week Madrid 2021



Licor 43 patrocinador  
de los "Premios  
Mujerhoy 2021"



Villa Massa patrocinador  
de la Gala de la Guía  
Michelin España Portugal



Patrocinadores principales  
del 2020-2022 World Coffee  
In Good Spirits Championships  
(WCIGS)

**Zamora Company apoya  
el arte y la cultura**

## Satisfacción de clientes



**Experiencia de cliente**



Club Venturio



Spanish Wine Academy



**Licor 43 cumple  
75 años**



**La Cabaña de  
Mar de Frades  
Garnet Lounge**

## Innovación sostenible



**Innovación social**

Licor 43 Chocolate, edición limitada  
de Licor 43 Original con cacao  
100% de origen sostenible  
(Programa "Cocoa Horizons")



Etiqueta 'U-LABEL': Información  
completa y multilingüe a través  
de Códigos QR



**1ª edición "Premios Juli Soler"**

impulsados por **Spanish Wine  
Academy-Ramón Bilbao** y  
creados por **Madrid Fusión  
The Wine Edition**

**Experiencias enoturísticas sostenibles**



## Buen Gobierno Corporativo



Adhesión al **Global Compact**

Adhesión al  
Global Compact  
de las  
Naciones Unidas



## Transparencia y diálogo con los grupos de interés



Apoyo a la **Cultura**

Participando en  
la producción  
de cine español y  
festivales musicales



## Liderazgo como Empresa Consciente



- ★ Fortalecimiento de las relaciones con nuestros grupos de interés
- ★ Revisado análisis de materialidad con la colaboración de nuestros grupos de interés

Liderazgo corporativo ante la crisis del COVID-19

## Gestión de **Riesgos**

Mapa de Riesgos actualizado

Creación de la Comisión de Auditoría y Riesgos

Sistema de Gestión de Riesgos y Compliance

## Compromisos como **Empresa Consciente**

Plan de difusión y puesta en valor de nuestros compromisos como Empresa Consciente





## Buen Gobierno Corporativo



✓ **Ética y valores**

Actualización del Código Ético y de Conducta en 2021

Protocolo familiar

✉ **Canal de denuncias**

0 denuncias en materia de corrupción y de derechos humanos

## Transparencia y diálogo con los grupos de interés



📊 **Crecimiento compartido**

Participación en foros y eventos para impulsar la sostenibilidad a través de sinergias y el crecimiento compartido



## Liderazgo como Empresa Consciente



🔍 **Transparencia**

Segunda Memoria Anual de Empresa Consciente

Estándares GRI

Reporte de Información No Financiera (EINF) 2021

Web Empresa Cosnciente

# 1 Nuestras marcas **conscientes**



Creando valor 2021

### Nuestro portfolio > Nuestro ADN

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos



Licor 43

Licor 43 RTD

Gressy

Martin Miller' Gin

Mar de Frades



Ramón Bilbao

Zoco

Berezko

El Afilador



Cruz de Alba

Lolea

Yellow Rose

Thunder Bitch

Villa Massa



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

# Atributos de marcas conscientes

**Nuestro propósito y visión como compañía debe reflejarse en toda la actividad que se desarrolla desde nuestras marcas, impregnada de los valores que caracterizan nuestra esencia.**

**El Modelo de Empresa Consciente** del Grupo Zamora Company fija las directrices y la hoja de ruta para que nuestras marcas se distingan por ser marcas únicas, conscientes e innovadoras.

## 5 atributos caracterizan a nuestras marcas CORE



1 | Actuales



2 | Accesibles



3 | Honestas



4 | Sostenibles



5 | Comprometidas



Creando  
valor 2021

**Nuestras  
marcas  
conscientes**

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Marcas actuales

- Ofreciendo **nuevos productos** creados al gusto de los consumidores.
- Asegurando los más altos estándares de **seguridad alimentaria**.
- Respondiendo a la demanda creciente de **productos más saludables**.
- Apostando por la **digitalización del sector**.

Seguimos innovando con **nuevos productos**.



**En el 2021 hemos lanzado:**

Villa Massa Amaretto, Villa Massa  
Giardino y Yellow Rose Harris County.

Nuestros productos han recibido **premios y reconocimientos internacionales**.

Conquistando a jurados como los  
de los **SIP Awards** y logrando, por  
tercer año consecutivo, que Ramón  
Bilbao figure en la lista de las 50  
marcas de vino más admiradas de la  
publicación **"Drinks International"**.



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

Nuestro esfuerzo en **calidad y seguridad alimentaria** cuenta con reconocidas certificaciones.



Respondemos a las **necesidades de los consumidores mas exigentes.**



Bebidas sin lactosa y aptas para celíacos

Contemplamos las **nuevas tendencias** de consumo y filosofías de vida.



Lanzamos nuestra primera línea de **vinos ecológicos.**



Celebramos y homenajeamos nuestros orígenes con una **edición limitada.**



Edición especial Licor 43 por el **75 aniversario de la marca.**

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Marcas accesibles

- **Posibilitando formatos** para diferentes momentos y estilos de vida.
- Nuestras marcas están disponibles en **canales tradicionales** y **e-commerce**.
- Compartiendo experiencias: **enoturismo** y **nuevos espacios**.
- **Haciendo lo que decimos**.

Lanzamos **nuevas formas de productos** listas para disfrutar en cualquier momento y lugar.



Nuevo **formato en lata** de Lolea nº 1, Licor 43 Milk y Licor 43 Nitro & Coffee.



Nuevo **sabor manzana** de Cocktail 43 Fresco en formato "listo para tomar".

Estrenamos **Servicio de Restauración** en las Bodegas Ramón Bilbao.



Restaurante en bodegas Ramón Bilbao

Un nuevo **espacio** para el disfrute de nuestro vino **Mar de Frades**.



Cabaña de Mar de Frades Garmet Lounge en Panticosa



Creando valor 2021

**Nuestras marcas conscientes**

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

Contamos con un **canal propio de venta on line** para los amantes del vino, Canal e-commerce "Club Venturio". Lanzamiento de dos intranets en Club Venturio: **Nuestra Barra** (para empleados) y **Family&Friends** (para empleados y amigos).



**Visitas guiadas** para conocer los orígenes y la identidad única de Licor 43, Mar de Frades y Ramón Bilbao.



**Visitas a nuestra planta de Cartagena.**



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Marcas honestas

- Fomentando un **consumo responsable**.
- **Informando con rigor** del producto.
- Desarrollando una **publicidad consciente**.
- **Haciendo lo que decimos**.

Promovemos con el sector (FEBE y FEV) el **consumo y ocio responsable**, luchando contra el consumo abusivo de alcohol y sus efectos perjudiciales en la sociedad.



**"Menores  
ni una gota"**  
Prevención del consumo  
de alcohol en menores.



WINEinMODERATION



Garantizamos un **etiquetado responsable** en todos nuestros productos.



**Apoyamos la investigación científica** de los beneficios del vino sobre la salud.



**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.



Creando  
valor 2021

**Nuestras  
marcas  
conscientes**

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Marcas sostenibles

- **Respetuosas con el entorno** en toda su cadena de valor.
- Optimizando su **huella ambiental**.
- Innovando para un **packaging sostenible**.

Disponemos de **Sistemas de gestión ambiental** certificados.



Ramón Bilbao fue pionera en España en certificar instalaciones y viñedos con el sello **Wineries for Climate Protection**.

**Apoyamos** de manera firme **la lucha contra el cambio climático**.



Ramón Bilbao es la única bodega española en el comité fundacional de la iniciativa **Sustainable Wine Roundtable**.

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



Certificado BREEAM Planta Licor 43: diseño y construcción sostenible

Aportamos valor con buenas prácticas empresariales.



Pacharán Zoco finalista en la I edición de los Premios RSCAPITAL



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Marcas comprometidas

- Las **personas** en el **centro de nuestras decisiones**.
- Apoyando a nuestras **comunidades locales**.
- Promocionando el **arte y la cultura**.
- **Formación** al *trade*, a consumidores y a hostelería.

Colaboramos con la mayor organización nacional de **lucha contra el hambre**.



**Luchamos contra la pobreza energética** en el Amazonas.



Apoyamos el proyecto Light Humanity

Desde Lolea **apoyamos la prevención del cáncer de piel**.



**Apoyamos a la hostelería** de nuestro país.



Con la campaña "Brindar contigo, nuestro mejor regalo", desarrollada durante las fiestas navideñas para dinamizar el consumo en locales hosteleros.



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

Promovemos la **cultura y el arte**.



Mar de Frades ha sido patrocinador 2021 de la **MBFW**.



Mar de Frades ha sido colaborador en el **Festival de San Sebastián 2021**.

La etiqueta de la última **edición limitada** de Mar de Frades es obra del diseñador Moisés Nieto Narvéez.

Condé Nast **Traveler**

Ramón Bilbao un año más ha sido patrocinador de los premios **Conde Nast Traveler**.

Apostamos por la **formación y conocimiento del vino** español en el mundo.



Licor 43 ha sido **patrocinador de los premios Mujer Hoy**.



Martin Millers Gin **patrocinador de AWITA**.



Primera edición de los **Premios "Juli Soler"**, creados por Madrid Fusión The Wine Edition e impulsados por Ramón Bilbao a través de su Spanish Wine Academy.



# 2 El Grupo Zamora Company



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

**El Grupo  
Zamora Company**

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## El Grupo Zamora Company: quiénes somos

Una **empresa familiar** de origen español y reconocimiento mundial, apasionados de lo que hacemos y orgullosos de cómo lo hacemos, **creadores y distribuidores de vinos y espírituosos Premium** y que ya cuenta con **más de 15 marcas** operando en **más de 80 países**.



“En nuestro 75 aniversario y fieles a nuestros valores, buscamos el **equilibrio perfecto entre calidad e innovación**, haciendo llegar nuestros productos a cualquier lugar del mundo para que nuestros consumidores puedan saborear mejor y **hacer único cada momento vivido**”.



**José María de Santiago**  
Presidente de Zamora Company



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

**El Grupo Zamora Company**

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

**“Queremos consolidar nuestra presencia exterior con un nuevo plan estratégico fundamentado en el full potential del portfolio identificando oportunidades de crecimiento inorgánico y reforzando el Brand Equity continuando con la innovación enfocados en dar respuesta a los consumer insights que recibimos”.**

**Javier Pijoan**

Director General de Zamora Company



Mensajes

Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

**El Grupo  
Zamora Company**

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



**“Cada persona cuenta, sumando su compromiso al del resto del equipo, demostrando que esta pequeña empresa de ambiente familiar es, en realidad, muy grande”.**

**Jose Antonio Vales**  
Director de Personas y  
Comunicación Interna



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

# Nuestra historia

Es importante conocer de dónde venimos para saber a dónde vamos

## Tres generaciones dedicadas a la creación

La Segunda y Tercera generación de la compañía infunden en la actualidad el sello personal e inconfundible que la compañía imprime en sus Marcas.



### EL AÑO QUE EMPEZÓ TODO...

La historia de Zamora Company está unida a la de Licor 43. En 1946, los hermanos Diego, Angel y Josefina Zamora junto con su marido Emilio Restoy, empezaron a elaborar y comercializar este "liquor mirabilis", siguiendo una fórmula de la época romana. Diego Zamora fue el primer presidente de la compañía.



### EXPANSIÓN INTERNACIONAL

A partir de los 70, iniciamos un proceso de diversificación, tanto en marcas, como en distribución, ampliando nuestra comercialización a Europa y América.



### CRECIENTE FORTALEZA

Siguiendo nuestra ambición y guiados por nuestra experiencia, la compañía sigue creciendo de manera sólida en España mientras establece acuerdos de distribución con grandes marcas internacionales.



### NUEVAS RUTAS AL MERCADO

Siguiendo la apuesta por ampliar nuestra propia ruta al mercado, nacen y se consolidan: Zamora Company USA, Zamora Company China y Zamora Company Francia.



### RESPUESTA A CONTEXTO POSTPANDEMIA Y A TENDENCIAS DE CONSUMO CAMBIANTES

Nos adaptamos al contexto para seguir creciendo, equilibrando la búsqueda de eficiencia en nuestros procesos, con la mejora en la experiencia de cliente y el lanzamiento de nuevas referencias que den respuesta a las cambiantes tendencias de consumo.

**75 aniversario de la compañía.**

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| <p><b>1946</b></p> <p><b>50's-60's</b></p>  <p><b>CRECIMIENTO EN ESPAÑA</b></p> <p>En estos primeros años, con la presidencia de Diego Zamora nos atrevimos con creativas campañas de marketing que ayudaron a construir rápidamente una sólida imagen de Licor 43 llevándolo a un importante crecimiento y consolidándolo como licor de referencia en España.</p> | <p><b>70's-90's</b></p> <p><b>1999</b></p>  <p><b>APUESTA POR LOS VINOS</b></p> <p>En 1999, con la presidencia de D. Emilio Restoy diversificamos el porfolio de productos con la incorporación de la Bodega Ramón Bilbao, que continuó con Mar de Frades y Cruz de Alba. Una apuesta firme de Zamora Company por una manera única de entender el mundo del vino.</p> | <p><b>2000</b></p> <p><b>2017</b></p>  <p><b>UNA ÚNICA VISIÓN</b></p> <p>Nuevo nombre e identidad corporativa con el objetivo de unificar e integrar todas las organizaciones internas en una única compañía a nivel global.</p> | <p><b>2019</b></p> <p><b>2018</b></p>  <p><b>NUEVAS ADQUISICIONES</b></p> <p>Nuevas marcas completan el porfolio de la compañía, El afilador, Yellow Rose, Lolea, Martin Miller's y Villa Massa.</p> | <p><b>2021</b></p> <p><b>2020</b></p>  <p><b>ENFOQUE EN SOSTENIBILIDAD Y MARCAS CONSCIENTES</b></p> <p>Lanzamos nuestro modelo de Empresa Consciente, reflejo de nuestra manera de hacer las cosas y fiel a los valores que caracterizan nuestra compañía.</p> |
|--|--|--|--|--|



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

**El Grupo  
Zamora Company**

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Presencia en el mercado

El domicilio social del Grupo Zamora Company tiene su sede en Cartagena (Murcia), en la calle Silicio nº 10 del Polígono Industrial de los Camachos.

Las principales instalaciones industriales del Grupo en España se encuentran situadas en Cartagena, Haro (La Rioja), Dicastillo (Navarra), Meis (Pontevedra), Rueda (Valladolid) y Madrid.

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

Actividad en más de 80 países, a través de un experimentado equipo internacional de más de 500 personas y un extenso porfolio de marcas Premium.

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

## Tres líneas de Negocio



### Producción de vinos

Bajo el sub-holding de Ramón Bilbao Vinos y Viñedos, S.L. se agrupan las bodegas o productores de vino.



### Producción de Espirituosos

Bajo DZ Licores, S.L.U., se agrupa la actividad de fabricación y las participaciones en compañías de licores/espirituosos.

### Distribución

Estructurada por mercados, algunos de los cuales son atendidos por rutas al mercado propias del grupo, y a través de Zamora Company Global, S.L.U. para los mercados donde no hay presencia propia.



Mensajes

Memoria de Empresa Consciente 2021

Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

**El Grupo  
Zamora Company**

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Principales magnitudes

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

Aún en este contexto pospandemia, nuestros resultados financieros han sido positivos. Hemos alcanzado en el ejercicio 2021 un EBITDA de 42,7 millones de euros, un 59% superior al de 2020.

Así mismo, la facturación del grupo ha sido de 220 millones de euros, que han supuesto un incremento del 28% sobre el año anterior, a pesar de haber vivido todavía las implicaciones del contexto pospandemia.



**Facturación neta total: 220 M€**



**50% Nacional**



**50% Internacional**



**EBITDA 42,7 M€**



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

# Algunos datos



8

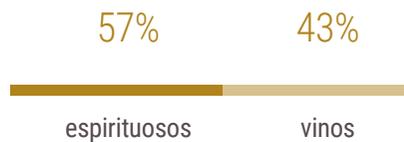
Marcas propias espirituosos



3

Marcas propias de vinos

## Ventas por negocio



50%  
Mercado internacional



50%  
Mercado español



10 plantas de producción en 4 países



80 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



494

empleados



83%

en sociedades nacionales



17%

en sociedades internacionales



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

**El Grupo  
Zamora Company**

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Propósito, misión, visión y valores

## 🎯 Nuestro propósito y misión

**Contribuir a saborear mejor cada momento en cualquier lugar del mundo, respondiendo a todos los gustos diferentes a través de un extenso portfolío de marcas Premium y personalidad única.**

## 🎯 Nuestra visión

**Ser los más apasionados creadores de marcas únicas en nuestro sector a nivel mundial, fomentando nuestro espíritu familiar y el compromiso con nuestro entorno.**

## 🍷 Nuestros valores

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

Zamora Company es el resultado de la integración de las distintas organizaciones del Grupo en una sola empresa, familiar y cercana, orgullosa de sus fundadores, de sus raíces y de las personas que han formado parte de ella desde sus orígenes.



---

 Creando  
valor 2021
 

---



---

 Nuestras  
marcas  
conscientes
 

---



---

**El Grupo  
Zamora Company**


---



---

 Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente
 

---



---

 Buen Gobierno  
Corporativo
 

---



---

 Empleados  
empoderados
 

---



---

 Consumidores  
y clientes
 

---



---

 Compromiso  
con el planeta
 

---



---

 Proveedores  
conscientes
 

---



---

 Filantropía y  
acción social
 

---



---

 Anexos
 

---

## Compromiso

Está en todas las operaciones de la compañía, en las relaciones con los compañeros, accionistas, clientes, consumidores y la sociedad. En Zamora Company hay un **compromiso responsable** en la toma de cada **decisión** y en la **ética** de cada acción.

## Independencia

Las personas que conforman nuestro equipo tienen el control sobre sus decisiones, actuando desde la **confianza** y con **autonomía**, siendo por tanto **responsables** de los resultados alcanzados.

## Innovación

Pensamos que **el futuro se inventa cada día**; por ello, la innovación es para nosotros un reto constante, siempre bajo la premisa de que ésta sea **sostenible** y sin descuidar la máxima calidad y la esencia de nuestros productos.

**Apasionados de  
lo que hacemos y  
orgullosos de cómo  
lo hacemos.**



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

**El Grupo  
Zamora Company**

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

**Valores y forma de ser** que  
recogen el ADN de nuestra  
compañía y se sintetiza en  
**nuestro lema:**

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

### Unique Brands

Las Marcas son el alma de Zamora Company. Ya sean propias, desarrolladas internamente o adquiridas a terceros, deben ser **siempre únicas y diferenciales**.

### Passionate People

Un amplio equipo internacional de personas comprometidas y entusiastas, con demostrado talento multidisciplinar, enfocado al desarrollo de negocio, sin dejar nunca de lado los valores humanos que nos definen como compañía.



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos



**Rodolfo Bastida** - Director General de la división de vinos

## SOMOS

Una familia. Todos nosotros. Comprometidos con lo extraordinario y dueños de nuestro destino. Mezclando innovación y experiencia para ayudar a los consumidores a saborear mejor cada momento.



## CREEMOS EN

Ser los mejores cumpliendo nuestra misión. Marcas y experiencias Premium. Equivocarse rápido, aprender rápido. La sencillez. Tocar la vida de las personas con productos y experiencias únicas.



**Carmen Giné** - Directora Global Marketing de vinos y Comunicación Corporativa

## NO NOS GUSTA

Las cosas mal hechas. Las malas experiencias de usuario. A los que no saben vivir el momento.



**Montserrat Diez** - Directora de Servicios Corporativos



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

**El Grupo  
Zamora Company**

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## AMAMOS

Nuestra visión. Trabajar duro. Y disfrutar haciéndolo. Tener al consumidor siempre en el centro. Y averiguar que es lo siguiente que les encantará probar. Experimentar para mejorar nuestros productos y las experiencias de usuario. *Sentirnos vivos.*



**Julian Fernández** - Director Global  
Marketing Spirits & Innovation



**Mª Carmen Vallejo** - Directora  
de Operaciones Corporativas & Spirits

## NUNCA

Actuaremos irresponsablemente. Proporcionaremos un mal producto o experiencia. Perderemos nuestra atmósfera familiar.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

**El Grupo  
Zamora Company**

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## EN EL FUTURO SIEMPRE

SIEMPRE Respetaremos nuestras raíces y todo lo que nos ha llevado hasta aquí. Seguiremos buscando la perfección. Sin miedos, sin límites. Puede que vivamos en Marte, pero seguiremos deseando saborear cada momento.



**Juan Carlos Basallote Ureba** - Director General Zamora Company España

## DISFRUTAMOS EXPLORANDO

Vamos a cualquier rincón del mundo donde podamos encontrar nuevos partners y consumidores que nos acompañen en nuestro desarrollo.



**J. Thomas Clamnes** - Director de Negocio Internacional



# 3 Nuestro Modelo de Empresa Consciente



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

**Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente**

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Empresa Consciente

## Construimos nuestro legado futuro con las acciones de hoy.

Hace años comprendimos que nuestra actividad está ligada al entorno natural y social que nos acoge y que posibilita nuestro negocio, por lo que la protección ambiental y el desarrollo socioeconómico constituyen pilares básicos de nuestro propósito como compañía.



“En un contexto complejo como el actual, ahora más que nunca debemos aunar nuestros esfuerzos hacia un objetivo común: afianzar un **modelo de negocio sostenible**, que sea nuestro **legado de futuro** a la sociedad y al planeta, **compartiendo valor** en el día a día con nuestros **grupos de interés** y generando un **impacto positivo** con nuestras decisiones”.

**Marisa Almazán**  
Conscious Company Manager



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

## Nuestro Plan Estratégico de Empresa Consciente:

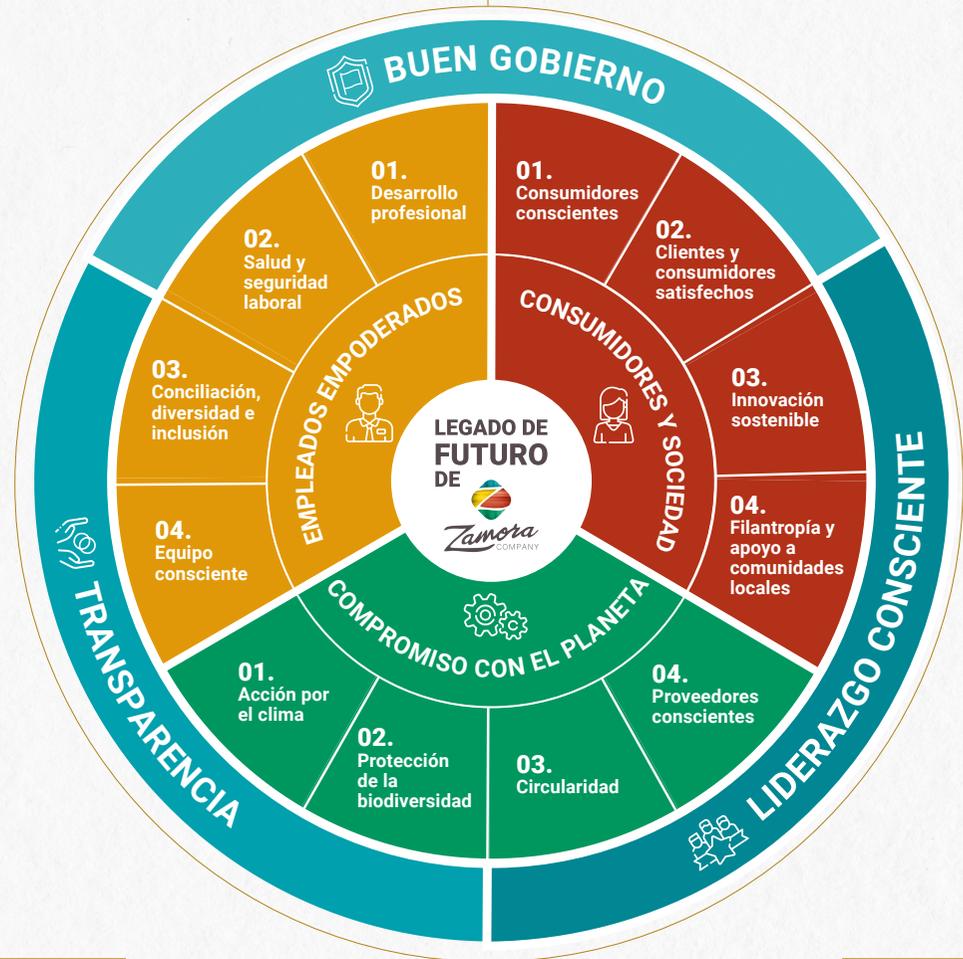
### 3 pilares de actuación

- Empleados empoderados
- Compromiso con nuestros consumidores y con la sociedad
- Compromiso con el planeta

### 3 ejes transversales

- Buen Gobierno
- Transparencia
- Liderazgo consciente

Para cada uno de estos pilares y ejes transversales, hemos identificado **líneas estratégicas de actuación** que nos marcan las prioridades y el camino a seguir.



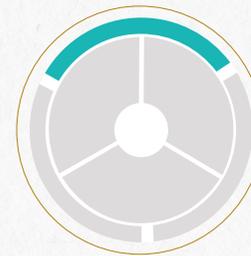
# Contribuyendo a los ODS

Conectamos la estrategia de nuestro negocio con las prioridades globales, maximizando **nuestra contribución a la Agenda 2030** e identificando los ODS en los que tenemos mayor capacidad para generar un impacto positivo relevante.

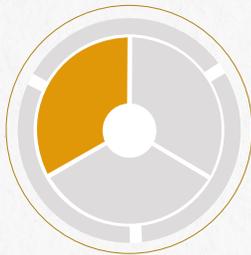
## Nuestro Modelo de Empresa Consciente



### Compromiso con el planeta



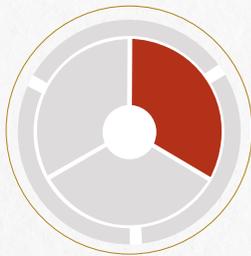
### Buen gobierno corporativo



### Empleados empoderados



### Liderazgo como empresa consciente



### Consumidores y sociedad



### Transparencia y diálogo con los grupos de interés



Mensajes

---

Creando  
valor 2021

---

Nuestras  
marcas  
conscientes

---

El Grupo  
Zamora Company

---

**Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente**

---

Buen Gobierno  
Corporativo

---

Empleados  
empoderados

---

Consumidores  
y clientes

---

Compromiso  
con el planeta

---

Proveedores  
conscientes

---

Filantropía y  
acción social

---

Anexos

---



## Visibilizando nuestro compromiso

Renovamos nuestra adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas, haciendo público y visible nuestro compromiso con los 10 principios en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción, con el objeto de acelerar nuestra contribución al desarrollo sostenible con ambición, urgencia y acción.

**WE SUPPORT**



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

**Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente**

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Nuestro grupos de interés en el centro de nuestras decisiones

## Compartir valor con nuestros grupos de interés es clave para nuestro propósito como Empresa Consciente.

- A través de un diálogo abierto, transparente y cercano, anticipándonos a sus **necesidades** y aportando **soluciones innovadoras**.

- Con nuestro **equipo** y nuestras **marcas como protagonistas**.

### Quiénes son y en que basamos nuestra relación con ellos



#### Familia/Accionistas

La visión a largo plazo de una empresa familiar es compromiso con las nuevas generaciones, con el empleo, con el territorio, con la sostenibilidad y con la sociedad.

*José María de Santiago - Presidente*



#### Empleados

Queremos que nuestras personas se sientan orgullosas, motivadas para crecer y desarrollar su talento, felices dentro y fuera de su lugar de trabajo.

*Querubina Fernández - People Director  
Spirits Ops & Corporate Services*



#### Clientes y consumidores

La satisfacción y la confianza de nuestros clientes y consumidores nos mueve a seguir ofreciendo servicios de calidad, productos únicos y experiencias memorables.

*Rosana Lisa - Directora de I+D+i Vinos y  
Directora Técnica de LaLomba*



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

### Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Proveedores

Queremos una cadena de suministro responsable que comparta nuestros valores, identificando oportunidades de colaboración que faciliten el crecimiento conjunto.

*Antonio Navarro - Director de Operaciones de Licores*



## Sector empresarial

Defendemos los intereses colectivos del sector, asumiendo nuestra responsabilidad y definiendo juntos los ejes estratégicos para avanzar.

*Alberto Miranda Vallín - Legal Manager*



## Partners de negocio

La relación con nuestros partners se basa en la transparencia y la confianza, avanzando de la mano para afianzar el negocio alcanzando mayores logros.

*Hernán Vazquez - Supply Chain Director*



## Instituciones científicas, académicas y culturales

Apoyamos la investigación y el conocimiento en torno a nuestro sector, y contribuimos a mantener el legado cultural y social a través de la promoción de la cultura y el arte.

*Remi Sanz - Wines Global Brand Manager - Ramón Bilbao, Mar de Frades, Cruz de Alba*

## Organismos reguladores

Queremos aportar confianza a las administraciones públicas, fundamentada en el rigor y el respeto a los marcos reglamentarios, facilitando su cumplimiento y procurando la seguridad de la sociedad en su conjunto.

*Carmelo San Martín Gil - Gerente Corporativo de Calidad y Medio Ambiente*



## Comunidades locales y sociedad

Promovemos el desarrollo social y la protección del entorno; colaboramos con entidades sociales para lograr una sociedad más justa, empezando por nuestras comunidades más cercanas.

*Sara Guillén - Manager I+D+i*



## 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.



### 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.



### Partners de negocio

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



### Instituciones científicas, académicas y culturales

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



### Sector empresarial

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



### Proveedores

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



### Organismos reguladores

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

Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora Company**Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente**Buen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos



# Nuestros asuntos materiales

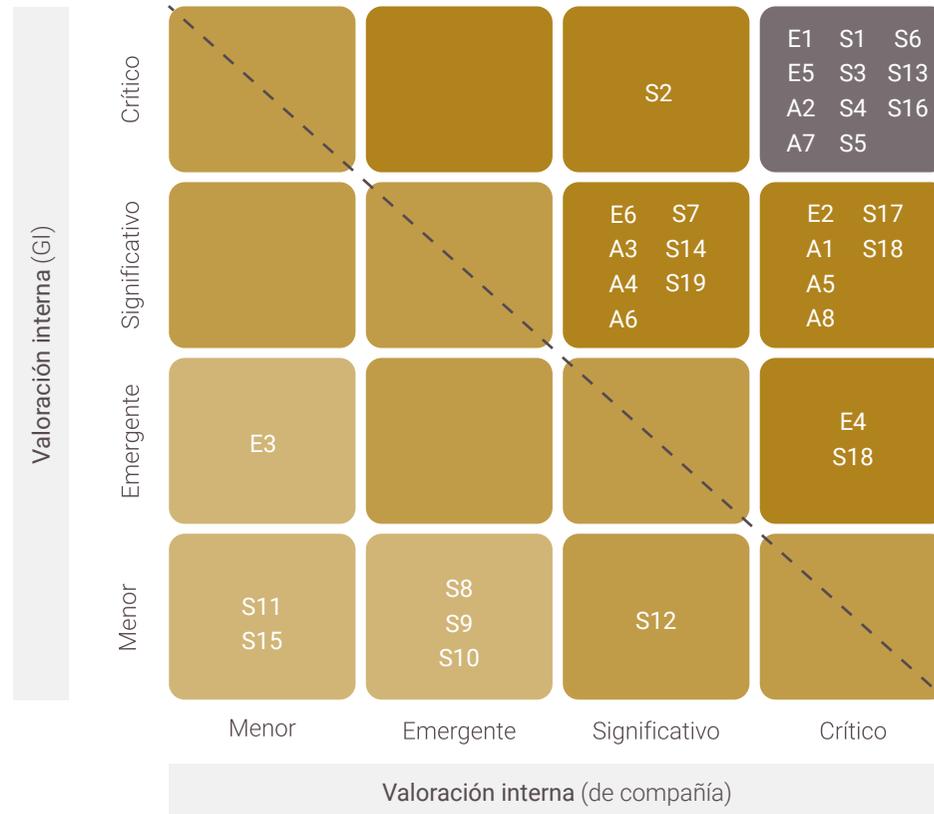
## Identificando prioridades.

En 2021 hemos revisado nuestro **análisis de materialidad** para asegurarnos de disponer de una lista objetiva y actualizada de asuntos de creación de valor para nuestros grupos de interés, valorando la relevancia y la prioridad de cada uno de ellos, y teniendo en perspectiva el enfoque de la doble materialidad (financiera y no financiera, es decir, cómo impactamos al ecosistema en el que operamos y cómo éste impacta en nuestra actividad).

Hemos evaluado cada asunto a partir de criterios estratégicos para la compañía y de demandas y expectativas de nuestros grupos de Interés, conocidas a través de comunicación directa mediante procedimientos de escucha y diálogo ya implementados o consultas periódicas a muestras de determinados grupos, así como a través de otras fuentes de información tales como análisis sectoriales e informes publicados por entidades de referencia en la materia.

A partir de este análisis, clasificamos los temas en cuatro rangos: **estratégicos, significativos, emergentes o menores.**

## Matriz de materialidad 2020



- Asunto menor impacto
- Asunto emergente
- Asunto significativo
- Asunto estratégico



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

**Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente**

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Temas estratégicos

### Dimensión económica y gobernanza (E)

- Desempeño económico (E1).
- Anticorrupción (E5).

### Medio Ambiente (A)

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

### Ámbito social (S)

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

## Temas significativos

### Dimensión económica y gobernanza (E)

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

### Medio Ambiente (A)

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

### Ámbito social (S)

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

## Temas emergentes o menores

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



A lo largo de esta Memoria de Empresa Consciente mostramos información relevante acerca de los temas que han resultado materiales, reflejando, para cada uno de ellos, los **logros**, los **objetivos** previstos y las **acciones en marcha**, así como los resultados obtenidos para los principales **indicadores**.



# 4 Gobierno Corporativo



Mensajes

Memoria de Empresa Consciente 2021

Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Buen Gobierno Corporativo

## Gestión ética y transparente.



**Nuestro buen gobierno corporativo se refleja en unos patrones de actuación que permiten dar respuesta al entorno cambiante que vivimos, desde una toma de decisiones coherente, responsable y transparente.**



# Órganos de gobierno

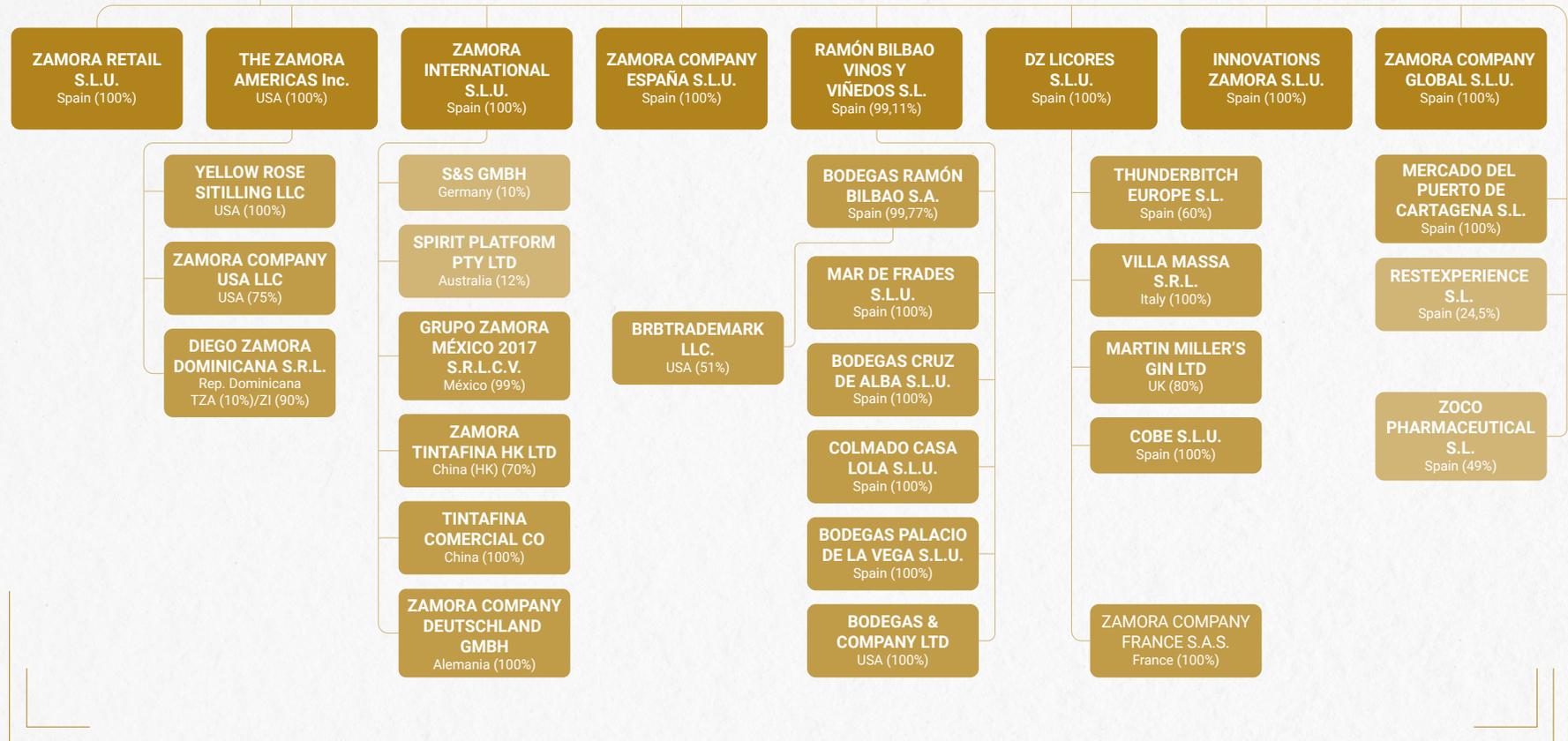
Ejercicio 2021\*

**DIEGO ZAMORA S.A.**

El principal órgano de gobierno del Grupo Zamora Company es el **Consejo de Administración**.

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

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



\* Estructura de negocio al cierre del ejercicio 2021.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

El **Consejo de Administración de Zamora Company** está constituido por familia de 2ª y 3ª generación, dos Consejeros externos y el Secretario General (no Consejero).

La delegación de funciones del Consejo se realiza a través de la figura del **Director General** y se ha fortalecido con el **Comité de Cumplimiento** y dos comisiones permanentes: la **Comisión de Retribución y Nombramientos** y la **Comisión de Auditoría y Riesgos**, que asesoran al Consejo en su labor.

Dependiendo del Director General, se definen las direcciones de operaciones y funcionales, que a su vez componen el **Comité Ejecutivo**.

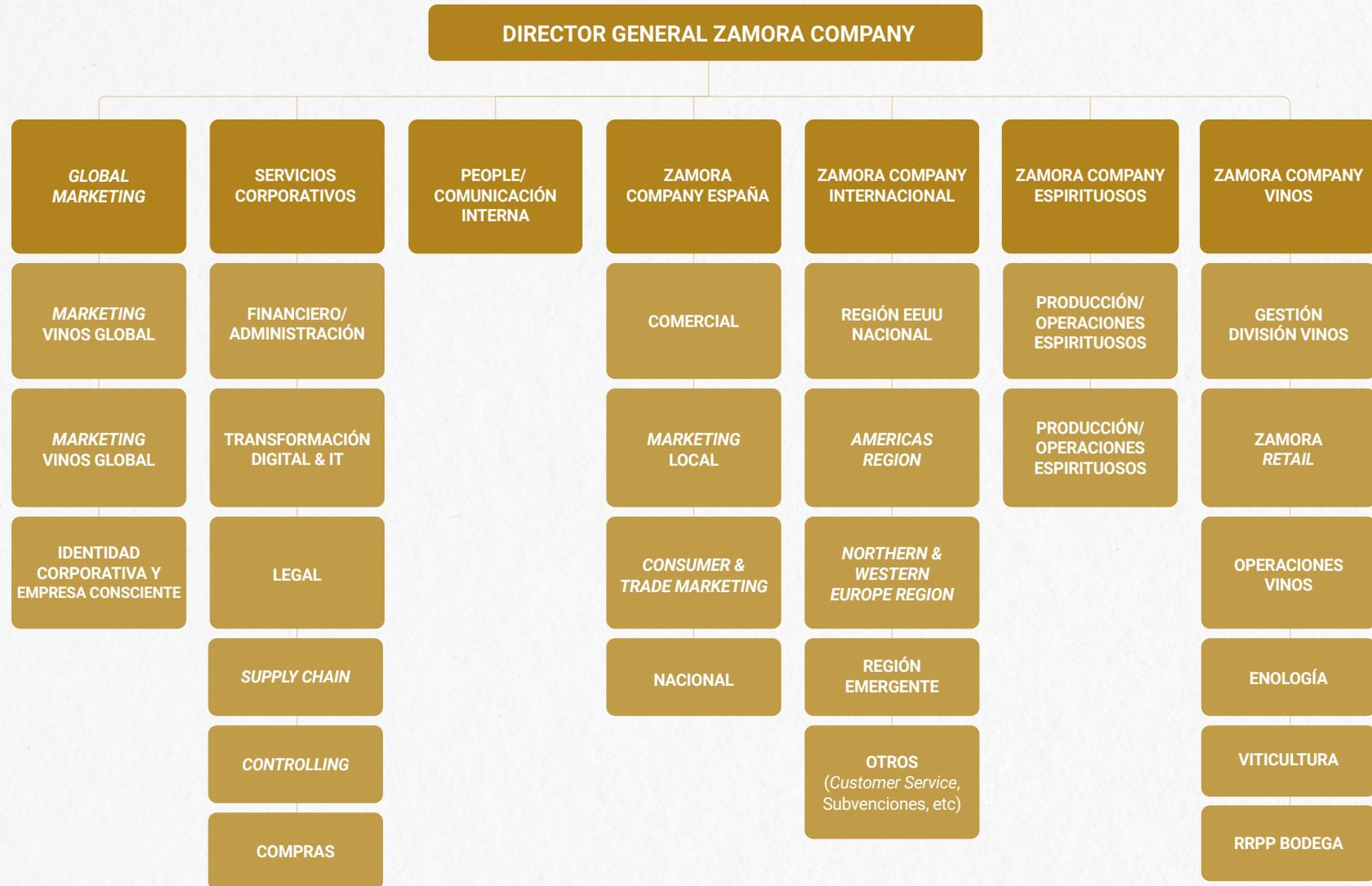


**CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

**José Mª de Santiago Restoy** *Administration board President*, **Juan Ángel Zamora Pedreño** *Administration board Vice-President*, **Esther Aguirre Zamora** *Counsellor and Administrative board Vicesecretary*, **Emilio Restoy Cabrera** *Counsellor*, **Juan Ángel Zamora de Jódar** *Counsellor*, **Ignacio Conesa Zamora** *Counsellor*, **Arnaud Lodeizen** *Independent Counsellor*, **Francisco José Bauza Moré** *External Secretary* (Lexpal abogados).



### Estructura de gobierno y unidades de negocio al cierre del ejercicio 2021\*



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



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente**Buen Gobierno  
Corporativo**Empleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

## Una nueva organización para seguir avanzando

A lo largo de 2022, hemos llevado a cabo una profunda reflexión sobre el modelo organizativo de nuestra compañía con el fin de adaptarnos y dar una **mejor respuesta a las exigencias de un mercado cada vez más globalizado y competitivo**, así como nuestro plan estratégico.

Esto nos ha conducido a una nueva organización de la empresa y, por tanto, a **reorganizar la estructura actual de nuestro negocio**.

A partir del mes de septiembre de 2022, fecha en la que se publica esta memoria de 2021, pasamos de unidades de negocio a *One Agile Global Company*, tal y como estaban concebidas hasta ahora. Por tanto, desaparecerá el cargo de Director General Internacional.

En su lugar, agruparemos y organizaremos los países en función de su importancia estratégica y potencial de crecimiento. Para ello, hemos creado **cuatro clusters**, representados por sólidos líderes de la industria, que serán miembros del Comité Ejecutivo (Comex) y reportarán directamente al CEO:

**Cluster 1:** España

**Cluster 2:** Europa y Mercados Emergentes

**Cluster 3:** Américas

**Cluster 4:** EE. UU.

Un paso más para llevar nuestra compañía a un nivel de negocio superior, adaptado a las nuevas necesidades globales.



**Javier Pijoan**  
CEO de Zamora Company



**Carlos Gallego**  
Spain Cluster Director



**Ali Hariri**  
Europa & Emerging  
Markets Cluster Director



**Mauricio de Tuya**  
America Cluster Director



**Bill Corbet**  
USA Cluster Director



**Julián Fernández**  
Global Marketing  
Spirits Director



**Carmen Giné**  
Global Marketing  
Wines Director



**Montserrat Diez Rivas**  
Global Business  
Services Director



**José Antonio Vales**  
Global HR Director



**Rodolfo Bastida**  
Global Wines  
Operations Director



**Mari Carmen Vallejo**  
Global Spirits  
Operations Director



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

Además de la estructura corporativa, como garantía de Buen Gobierno, el Grupo dispone de una serie de **Protocolos y Políticas Corporativas:**

- Código Ético y de Conducta.
- Manual de Prevención de Riesgos Penales.
- Política de seguridad y uso de los sistemas de información.
- Protocolo de gestión de certificados digitales.
- Política General de Regalos.
- Protocolo de Gestión de Contratos Mercantiles.
- Manual de Proveedores.
- Política de Conflicto de Intereses.
- Protocolo de Gestión de Subvenciones.
- Política de Donaciones.
- Canal de Denuncias.
- Sistema Disciplinario.

Adquiere especial relevancia dentro de las prácticas de buen gobierno corporativo para empresas familiares no cotizadas, el órgano de gobierno de familia empresaria.

En este sentido, Zamora Company dispone de su propio **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.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Sistema de Gestión de Riesgos y Compliance

**Gestión de riesgos** sistemática y transversal, con la participación de todas las áreas de la compañía, **asegurando la integridad de nuestras actuaciones.**



“Disponemos de un **modelo de ética e integridad** compuesto por políticas, normas y procedimientos que parten de nuestro **Código Ético y de Conducta.**

Dicho modelo tiene como propósito **prevenir y detectar riesgos de incumplimiento**, incluyendo los vinculados a ilícitos penales, así como **minimizar sus eventuales impactos.**”



**Alberto Miranda Vallín**  
Legal Manager



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

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

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

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

Además del análisis y seguimiento de riesgos penales, en estos momentos la compañía se encuentra inmersa en un proceso de actualización, evaluación y definición de un mapa completo de riesgos de negocio, por lo que el alcance conjunto de ambos marcos contempla los riesgos relacionados con las siguientes categorías:

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

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

El Comité de Cumplimiento se encarga de la supervisión del funcionamiento y cumplimiento del programa de compliance y



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



está presidido por la Dirección de Servicios Corporativos, que reporta al Consejo de Administración en esta materia.

Asimismo, el Comité de Cumplimiento vela por la aplicación del **Código Ético y de Conducta** de Zamora Company en el seno de la organización, así como por la promoción de actuaciones tendentes a minimizar y evitar la comisión de actuaciones contrarias a la Ley y a los principios y valores del Grupo, además de ser el organismo supervisor de la actuación de Compliance dentro de Zamora Company.

Las funciones del Comité de Cumplimiento se pueden resumir en:

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

Todo ello con los siguientes objetivos:

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

A lo largo de los ejercicios anteriores se revisaron aspectos críticos como el compliance internacional, la estructura de contratos, el desarrollo de políticas de las diferentes áreas de la compañía, supervisión y aprobación de políticas de protección de datos, estudio y resolución de denuncias recibidas y la creación de un portal de formación interna.

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

Asimismo, el Consejo de Administración reorganizó sus funciones ya en 2020 para fortalecerse con la creación de dos comisiones permanentes: la **Comisión de Retribución y Nombramientos**, y la **Comisión de Auditoría y Riesgos** que asesoran al Consejo en su labor.



Como medidas específicas de prevención de la corrupción, el Grupo dispone de medidas y protocolos adicionales, entre otros:

- Sistema de niveles de **autorización de gastos** y control y seguimiento del presupuesto de gastos asignado a los comerciales.
- Procesos de **selección de personal** rigurosos y procedimentados.
- Obligación para los empleados de evitar cualquier clase de interferencia o influencia de clientes, proveedores o terceros, que pueda alterar su **imparcialidad y objetividad profesional**.
- Medidas para **la realización de pagos**, prohibiéndose los pagos al contado por parte de empleados en el transcurso de las relaciones comerciales o contractuales con clientes, proveedores o terceros, siendo el Departamento Financiero el único responsable de ejecutar el pago de facturas.
- En cualquier tipo de **transacción comercial**, se informará siempre a los colaboradores, agentes, asociados, proveedores, administradores o socios de las sociedades participadas o terceras empresas con las que se contrate por



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



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 expresa de **denunciar** a través de los cauces establecidos cualquier indicio de delito del que puedan tener conocimiento en el ejercicio de sus responsabilidades laborales.
- **Formación** en materia de prevención de riesgos penales, de asistencia obligatoria para los empleados.

A través de todos estos mecanismos de prevención, se establece una **tolerancia cero**

**ante sobornos, corrupción y blanqueo de capitales**, y se supervisa que tanto trabajadores, como proveedores y otras terceras partes involucradas en el desarrollo del negocio del Grupo, cumplan de manera ética.

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

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

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

A principios de 2022 está previsto que los equipos de Ventas y Marketing de Zamora Company España, S.L.U. realicen también esta formación online con las principales pautas de actuación exigidas por esta normativa.



Mensajes

Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

Memoria de Empresa Consciente 2021

# Código Ético y de Conducta

## Los principios que rigen **nuestra actuación personal y profesional.**

El **Código Ético y de Conducta** de Zamora Company, aprobado por el Consejo de Administración, regula los principios que deben de regir la conducta de todas las personas a las que es de aplicación:

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



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

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

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

Se registra la firma individual de cada empleado, por la que declara haber leído y comprendido el Código Ético y de Conducta, donde acepta su contenido y asume las obligaciones que se derivan de él.

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Canal de Denuncias

## Una garantía adicional para prevenir conductas poco éticas o ilícitas.

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

Este sistema se ha establecido para canalizar los posibles hechos delictivos, sin riesgo para el denunciante y con garantías para el denunciado, en el ámbito del cumplimiento normativo de la compañía.

Los empleados y colaboradores de las empresas de Zamora Company que tengan indicios o sospechas de la comisión de algún delito o de la vulneración de alguno de los principios y valores reconocidos en el Código Ético de Conducta o en el Manual de Prevención de Riesgos Penales, deberán ponerlo de manifiesto a través de este Canal de Denuncias.

Zamora Company garantiza un análisis exhaustivo, completo y objetivo de los hechos y circunstancias que hayan sido comunicados a través de esta vía, evitando cualquier tipo de arbitrariedad

en las actuaciones. La resolución de todas y cada una de las comunicaciones recibidas queda siempre debidamente justificada.

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Compromiso con los Derechos Humanos

**Defender los Derechos Humanos en toda la cadena de valor es indispensable para garantizar el bienestar de las personas, dentro y fuera de la compañía.**



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

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

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

## Nuestra cadena de suministro

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

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

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



Mensajes

Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Respeto a la privacidad de las personas

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

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

Se ha restringido el acceso a la información, habiendo también restricciones de acceso adicionales en función del tipo de dispositivo y la ubicación desde donde se accede.

Se aprobó ya en 2020 un **protocolo de gestión de certificados digitales**, para la supervisión del correcto acceso y uso a dichos certificados digitales.

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

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## La explotación infantil y el trabajo forzoso

El Grupo Zamora Company cumple estrictamente la legalidad vigente en todos los países en los que opera, rechazando cualquier tipo de trabajo infantil, forzoso u obligado. No se tolera el uso o la amenaza de violencia ni ninguna otra forma de coerción.

## Libertad sindical y negociación colectiva

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

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

## Discriminación

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

## Condiciones de trabajo seguras

La salud y seguridad de los trabajadores y de las personas que visitan nuestros centros de trabajo es un eje prioritario como empresa consciente que garantiza las medidas necesarias para crear condiciones de trabajo seguras y saludables. Conforme a ello se ha actuado desde 2020 ante la situación provocada por la pandemia, aprobándose medidas excepcionales.

## Prácticas comerciales

Zamora Company vela porque toda práctica comercial dentro del Grupo cumpla con las premisas básicas de ser ética, lícita, no abusiva y sin manipulación del mercado mediante prácticas de dudosa legalidad o mediante la asociación con otros competidores para crear situaciones de oligopolio.

## Publicidad ética

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

**Buen Gobierno  
Corporativo**

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Medio Ambiente

El Grupo mantiene un enfoque preventivo para la protección del medio ambiente y la minimización del potencial impacto ambiental ocasionado en sus centros productivos y derivado de todas sus actividades. Asimismo, lleva a cabo iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental, así como la promoción del desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Somos conscientes de la influencia que ejercemos en nuestro entorno y forma parte de nuestra responsabilidad conjunta el proteger la naturaleza como base de la vida, de preservar los recursos y de reducir nuestro impacto en el medio ambiente.

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

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

## Corrupción y soborno

Como ya se ha tratado anteriormente, el Grupo ha establecido medidas eficaces para evitar y mitigar cualquier actuación contraria a la legalidad o al código de conducta interno, disponiendo de protocolos para la prevención de delitos de corrupción, incluyendo la extorsión y el chantaje o soborno.

Todos los aspectos anteriores quedan recogidos en nuestro Código Ético y de Conducta, que vela por **el respeto absoluto, la defensa y la promoción de los Derechos Humanos** en todas nuestras actividades y a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

A lo largo de 2021, igual que en los ejercicios anteriores, la compañía no ha recibido a través de los canales habituales previstos a tal efecto ninguna denuncia en materia de Derechos Humanos.



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente**Buen Gobierno  
Corporativo**Empleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

# Adhesión a iniciativas externas

## Compartiendo conocimiento y experiencia en torno a la sostenibilidad y fortaleciendo nuestro compromiso desde un liderazgo consciente

En Zamora Company tenemos claro que queremos liderar el cambio, ejerciendo un liderazgo consciente que nos permita avanzar más rápido hacia los objetivos comunes de desarrollo sostenible (ODS).

Queremos contar con aliados. Queremos sumarnos a todas aquellas iniciativas que compartan nuestra visión y con las que crecer de manera conjunta, compartiendo conocimiento y experiencia en torno a los distintos ámbitos de la sostenibilidad.



Destacamos algunas de estas iniciativas:



### Red Española de Pacto Mundial

Adhesión a la **Red Española de Pacto Mundial - Global Compact**, integrando así en la estrategia los marcos de referencia internacionales de Naciones Unidas y comprometiéndonos con los **Diez Principios** en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción.



### Asociación Autocontrol

Zamora Company forma parte de **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.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

Zamora Company forma parte también de las más importantes asociaciones nacionales del sector, a través de las cuales suscribe un gran número de acuerdos y compromisos sectoriales en diversos ámbitos, tales como el **fomento del consumo responsable**, la **sostenibilidad medioambiental** o las buenas prácticas mercantiles en la **contratación alimentaria**, entre otros.



**FEV.** Federación Española del Vino



**FEBE.** Federación Española de Bebidas Espirituosas



**ASCOM.** Asociación Española de Compliance



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



**COEC** – Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena



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



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



**ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS LOS CAMACHOS**



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



**CARTAGENA PUERTO SOSTENIBLE.** Compromiso por el desarrollo sostenible



**RMRE.** Foro de marcas Renombradas Españolas



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



**CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA**

Asimismo, Zamora Company forma parte también de numerosas asociaciones locales o regionales, entre otras:



# 5 Empleados empoderados



# Nuestro equipo

En el ejercicio 2021 hemos continuado avanzando en nuestro Plan de Empresa Consciente, convencidos de que contar con Empleados empoderados es imprescindible a la hora de hacer realidad nuestro legado de futuro y ser una gran empresa que atraiga el mejor talento y genere orgullo de pertenencia.

“En Zamora Company somos **más de 450 personas** en todo el mundo. Cada una muy diferente de la otra, pero todas con algo en común: su enorme **compromiso y responsabilidad** por sacar adelante cada proyecto, manteniendo vivos y muy presentes los valores esenciales de nuestros fundadores.”

**Isabel Segado**

HR Business Partner - HRBP Servicios  
Corporativos / Operaciones



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

**Empleados empoderados**

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

“Lo que más me gusta de Zamora Company es su **constante dinamismo**, siempre inmersos en **nuevos proyectos** y cambios, **una empresa muy viva**”.



## 4 líneas estratégicas para ser una gran empresa donde trabajar

# 1

### Desarrollo profesional

**Atraer y mantener el mejor talento** para llegar más lejos. Facilitamos a nuestros equipos oportunidades de desarrollo y aprendizaje constante.

# 2

### Salud, seguridad y bienestar laboral

**Cuidar de las personas es una de nuestras prioridades:** contar con personas felices, motivadas y productivas, en un entorno seguro y saludable.

# 3

### Conciliación, diversidad e inclusión

**Valorar a todas las personas**, creando un ambiente de trabajo inclusivo que permita conciliar vida laboral y personal.

# 4

### Equipo consciente

**Empoderar a nuestros empleados** para que lideren los avances como Empresa Consciente.

Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

**Empleados  
empoderados**

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Contexto post-pandemia

### ¿Cómo se han vivido a lo largo del 2021 las consecuencias de la pandemia?

A lo largo de 2021 hemos seguido manteniendo el control y viendo más allá de las dificultades que aún traía la pandemia, consiguiendo seguir avanzando y poniendo de manifiesto nuestra gran capacidad de adaptación al cambio.



“Estamos orgullosos de haber conseguido salir adelante tras el COVID-19 y la pandemia que han perturbado la economía global; hemos demostrado una vez más nuestra **resiliencia ante las adversidades** y seguimos navegando **juntos hacia el futuro** que queremos alcanzar como equipo en una misma dirección”.



## ¿Cómo se ha afrontado “la reconstrucción” y el camino hacia “la nueva normalidad”?

Nos hemos enfocado en el consumidor, apostando por el refuerzo de áreas que nos permitan seguir creciendo como compañía, pero también en nuestros empleados para que puedan continuar creciendo profesional, económica y personalmente junto a Zamora Company.

## ¿De qué manera Zamora Company ha salido fortalecida hacia este futuro post-COVID?

Nos llevamos importantes aprendizajes sobre cómo tener una economía resiliente que nos permita seguir evolucionando. Pero, además, ha supuesto un impulso para el crecimiento de nuestra compañía en distintos mercados internacionales, como Alemania, Estados Unidos y Holanda.



Tras un 2020 marcado por la irrupción de la COVID-19 y el gran impacto ocasionado en nuestro sector, por el cierre drástico de la hostelería y las posteriores restricciones, el 2021 ha sido un periodo en el que se han tenido que seguir afrontando los efectos de la pandemia mundial y su repercusión en múltiples aspectos, impactando de forma acusada en los objetivos y estrategias de las compañías.

Nuestra máxima prioridad desde el comienzo de esta situación fue trabajar para la protección y seguridad de todos nuestros empleados. Aplicamos el teletrabajo inmediatamente y pudimos seguir trabajando por la continuidad de negocio, la seguridad de las personas y la garantía del mantenimiento del empleo.

Hemos reforzado nuestro compromiso con nuestras personas, manteniendo nuestros protocolos de seguridad y de teletrabajo, adaptándonos a los diferentes momentos vividos a lo largo del año y centrando nuestros esfuerzos en **el bienestar y la salud de nuestros trabajadores y sus familias.**



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
Corporativo**Empleados  
empoderados**Consumidores  
y clientesCompromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

# Empleo

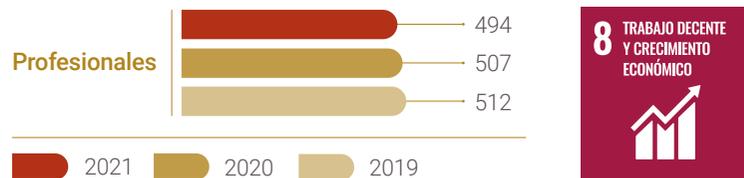
## Estable y de calidad

A cierre del ejercicio 2021, nuestro equipo está constituido por **494 profesionales**.

Esta cifra fue de **512** a cierre de 2019 y de **507** a cierre del 2020, cifras similares que reflejan el esfuerzo para lograr la **estabilidad en el empleo**, a pesar de las circunstancias adversas vividas en estos dos últimos ejercicios.

El **85%** de nuestros empleados forman parte de las sociedades nacionales, el mayor porcentaje distribuido entre las sociedades Diego Zamora, S.A., DZ Licores, S.L.U. y Bodegas Ramón Bilbao, S.A.

El **15%** restante se distribuye entre las sociedades internacionales, con el mayor porcentaje en las tres sociedades norteamericanas.



## Nuestro equipo

### Categorías profesionales



Contamos con una **Política de flexibilidad horaria** aplicable a todos los empleados que no realizan tareas de producción o mantenimiento de las instalaciones. En 2021, se ha avanzado en la aplicación de esta política a la Unidad de Bodegas.

Mensajes

---

Creando  
valor 2021

---

Nuestras  
marcas  
conscientes

---

El Grupo  
Zamora Company

---

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

---

Buen Gobierno  
Corporativo

---

**Empleados  
empoderados**

---

Consumidores  
y clientes

---

Compromiso  
con el planeta

---

Proveedores  
conscientes

---

Filantropía y  
acción social

---

Anexos

---

A photograph of two women in professional business attire sitting on a windowsill in an office. They are both smiling and looking at each other, engaged in a conversation. The woman on the right is holding a silver laptop. The background shows a window with a view of a building exterior.

**En el Grupo Zamora Company somos muy conscientes de nuestra responsabilidad para llevar a cabo una política activa en términos de gestión de la seguridad y la salud de las personas**

Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

**Empleados  
empoderados**

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

Durante el año 2021 se ha concretado la **Política de teletrabajo** para todos aquellos puestos que lo permitan, por el tipo de actividad, definiéndose dos modelos de aplicación:

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

\* En el EINF 2021 - Estado de Información No Financiera - del Grupo Zamora Company, verificado externamente y disponible en la Web Corporativa, se pueden consultar datos detallados y desglosados relativos al empleo y a las modalidades de contratación, así como sobre remuneraciones medias y su evolución.



# Salud, seguridad y bienestar laboral

## Cuidamos de nuestra gente

En el Grupo Zamora Company siempre hemos sido muy conscientes de nuestra responsabilidad para llevar a cabo una política activa en términos de gestión de la seguridad y la salud de las personas, lo cual nos ha facilitado la integración de **medidas excepcionales COVID** para afrontar la crisis sanitaria de 2020 y los impactos derivados que todavía seguimos afrontando.

En 2021 se han mantenido estas medidas, revisadas y actualizadas en función de la situación sanitaria en cada momento, emitiendo de manera constante informaciones específicas a tener en consideración.

Asimismo, se ha mantenido el sistema desplegado ya en el año anterior para la comunicación interna y el protocolo de actuación ante la detección de un caso. Se mantuvo el **Espacio COVID** en el **Portal de Comunicación** corporativo, a través del cual se han seguido emitiendo comunicados periódicos desde el inicio de la pandemia.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

**Empleados  
empoderados**

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Nuestra organización preventiva

El Grupo Zamora Company, a cierre de 2021, mantiene formalizado concierto con dos **Servicios de Prevención de Riesgos Laborales** que abarcan la totalidad de las sociedades en España.

### Nuestras líneas clave de trabajo

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



### Principales actividades realizadas a nivel nacional en el ámbito preventivo

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

Contamos con un **Comité de Seguridad y Salud** en la sociedad Bodegas Ramón Bilbao S.A. en su centro de La Rioja, conformado por 3 Delegados de Prevención y 3 Representantes de los Trabajadores.

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

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

**Empleados  
empoderados**

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Indicadores de seguridad y salud

|  | 2020  | 2021  |
|--|-------|-------|
|  <b>Tasa de absentismo</b>              | 1,47  | 1,35  |
|  <b>Índice de frecuencia</b>            | 7,47  | 15,52 |
|  <b>Índice de incidencia</b>            | 13,46 | 27,16 |
|  <b>Índice de gravedad</b>              | 0,21  | 0,24  |
|  <b>Nº accidentes</b>                  | 8     | 12    |
|  <b>Nº enfermedades profesionales</b> | 0     | 0     |

Los indicadores de absentismo y accountability de Zamora Company han estado en los dos últimos ejercicios por debajo de la media del sector; no obstante, sigue siendo para nosotros una prioridad minimizar al máximo estos resultados y mejorarlos en próximos ejercicios.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

**Empleados  
empoderados**

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Conciliación, diversidad e inclusión

**En nuestro equipo conviven diferentes culturas, generaciones, perfiles y habilidades. Cada persona cuenta y aporta.**



Estamos convencidos de que un ambiente diverso e inclusivo contribuye a generar ideas que ayudan a impulsar la innovación y la excelencia operativa.

Fomentamos el respeto a la diversidad y la **igualdad de oportunidades** prohibiendo de forma expresa, en nuestro **Código Ético**, cualquier causa de discriminación, respetando en todo momento la legislación aplicable e impulsando las mejores prácticas para contribuir a crear equipos que sumen talento, aportando diferentes habilidades y competencias, a la vez que atendemos a sus demandas y necesidades específicas.

Disponemos de **políticas de igualdad**, donde se recogen las obligaciones respecto a estos derechos, así como de **protocolos contra la discriminación y el acoso**. No se tolera el acoso en el trabajo, ya sea el acoso moral (mobbing), como el acoso sexual, ya sea físico o verbal, y por ningún medio.

En cuanto a las políticas de remuneración, Zamora Company se compromete a remunerar a sus empleados de manera digna, en correspondencia con sus habilidades y conocimientos, evitando cualquier tipo de discriminación, otorgando la misma remuneración para trabajos de igual valor.



## Diversidad de género

El Grupo se encuentra en la actualidad inmerso en un proyecto de avance hacia la igualdad de género; los **Planes de Igualdad** se encuentran en estado de elaboración y están constituidas las comisiones de negociación de las principales sociedades. En todas ellas se han dado los pasos pertinentes y se han desarrollado los correspondientes diagnósticos, auditorías retributivas y primeros planes de medidas. En algunos casos, a cierre de 2021 se espera designación de representantes y validación de los documentos elaborados.

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

Para facilitar la **conciliación**, ya en 2020 se formalizó un **Acuerdo de teletrabajo** con objeto de regular los derechos de flexibilidad. Se ofrecen los mismos servicios para el cuidado de hijos a padres y madres, y se disponen de permisos parentales para interrupción y, posteriormente, reincorporación con opciones de trabajo flexible.

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

En cuanto a la **brecha salarial**, en el ejercicio 2021 ésta ha resultado de un 6%, debido fundamentalmente a los valores obtenidos en la categoría de directivos, donde el Grupo necesitará de un tiempo para terminar de cerrar estas diferencias.

Sin embargo, las personas más jóvenes y que cuentan con un mayor recorrido profesional y promocional en la empresa, son mujeres con una



retribución media superior incluso en ocasiones a la de los hombres, por lo que la tendencia está clara. Asimismo, hay que tener en cuenta la incidencia de los contratos a jornada completa, ya que en los hombres es claramente superior al porcentaje de este tipo de contratos en las mujeres.

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

El 17% de los puestos directivos (banda A y B) son ocupados por mujeres, una cifra ligeramente superior al dato del 2020 (16%).

Aumenta también el porcentaje de mujeres en puestos intermedios, situándose en el 40% en 2021, frente al 38% en 2020.

Asimismo, se han incorporado al Comité de Dirección dos mujeres, mientras que en los ejercicios anteriores solamente había representación de una mujer.





## Diversidad generacional

En Zamora Company estamos convencidos de que ésta aporta capacidades y competencias diferentes y complementarias, que se traducen en un mejor enfoque a la hora de innovar y desarrollar nuevos proyectos, creando equipos integrados y sumando talento para superar retos y alcanzar los mejores resultados. En nuestra plantilla conviven diferentes generaciones a las que tratamos de atender según sus diferentes demandas y necesidades.

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

## Diversidad cultural

Somos un Grupo con una importante presencia internacional, estando presentes en más de 80 países y en el cual trabajan personas de más de 16 nacionalidades.

Contamos con una gran mayoría de españoles, alcanzando el 80,90% del total de nuestra plantilla. Un 9,24% son estadounidenses, un 3,90% italianos y un 1,85% alemanes. El aproximadamente 4% restante corresponde a datos muy atomizados, ya que en la actividad agraria contamos con personal de diferentes procedencias.



## Diversidad funcional

Respecto a las **personas con necesidades especiales** y a nuestras políticas para la **accesibilidad universal**, como principio general consideramos necesario incluir a toda persona trabajadora, sea cual sea su condición, pero no partimos de la consideración de que todas las personas son iguales, sino de que todas son distintas.

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

Se parte del conocimiento sobre cuáles son las dificultades a las que la persona con necesidades especiales debe enfrentarse en el desarrollo de las tareas que comporta su puesto de trabajo. Se trata de un proceso individualizado, desde el conocimiento de cuál es el tipo de discapacidad (física, psíquica, sensorial o derivada de enfermedad mental) y su grado.

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

Por otra parte, somos conscientes de que el concepto de accesibilidad universal ha ido evolucionando y cobrando mayor relevancia en los últimos años, y atañe tanto a entornos físicos como digitales. En el caso de Zamora Company, afecta tanto desde la perspectiva de los empleados, como de los clientes y visitantes que reciben los distintos centros de la compañía.

La accesibilidad universal ha sido un tema considerado en los nuevos proyectos, así como en todas las instalaciones donde la compañía cumple con todos los requerimientos normativos para la recepción de visitantes y para ofrecer experiencias accesibles que garanticen la inclusión.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

**Empleados  
empoderados**

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Evolución en nuestros indicadores de diversidad

### Diversidad de género

|   | 2020  | 2021  |
|---|-------|-------|
|  <b>Mujeres en plantilla</b>                         | 34,7% | 37,6% |
|  <b>Mujeres en Comité de Dirección</b>               | 1     | 3     |
|  <b>Mujeres en Consejo de Administración</b>         | 1     | 1     |
|  <b>Mujeres en puestos directivos (banda A y B)</b> | 16%   | 17%   |
|  <b>Reincorporación tras permisos maternales</b>   | 100%  | 100%  |
|  <b>Reincorporación tras permisos paternales</b>   | 100%  | 100%  |





## Diversidad generacional

|   | 2020 | 2021 |
|---|------|------|
|  <b>&lt; 30 años</b>       | 19%  | 16%  |
|  <b>Entre 30 y 50 años</b> | 66%  | 67%  |
|  <b>&gt; 50 años</b>       | 21%  | 17%  |

## Diversidad funcional

|   | 2020  | 2021  |
|---|-------|-------|
|  <b>Empleados con necesidades especiales</b> | 1,43% | 1,84% |

## Diversidad cultural

|  | 2020 | 2021 |
|--|------|------|
|  <b>Nacionalidades</b>  | 19   | 16   |
|  <b>Españoles</b>       | 78%  | 81%  |
|  <b>Estadounidenses</b> | 9%   | 9%   |
|  <b>Italianos</b>       | 4%   | 4%   |
|  <b>Otras</b>         | 9%   | 6%   |



# Equipo consciente

**El compromiso individual con el esfuerzo colectivo es lo que hace que nuestro equipo funcione, alcanzando objetivos y creciendo no solo como compañía, sino también como personas y profesionales mas conscientes.**

Nuestro **equipo consciente**, integrado por todos y cada uno de nuestros empleados, es el verdadero protagonista de las iniciativas y proyectos que lanzamos para seguir afianzando nuestro modelo de Empresa Consciente, liderado por el **Conscious Company Manager**, y apoyado por el **Comité de Empresa Consciente** y la red de **Embajadores de Empresa Consciente**, ambos en proceso de constitución.

La figura del Conscious Company Manager está integrada en la Dirección de Identidad Corporativa, área dependiente del máximo ejecutivo de la compañía.

Desde esta Dirección se viene avanzando en diferentes acciones marcadas por el Plan Director de Empresa Consciente, promoviendo la comunicación a los grupos de interés, tanto internos como externos, de los hitos logrados y avances mas relevantes en materia de sostenibilidad, dando a conocer los compromisos de Zamora Company con la Agenda 2030 y sensibilizando sobre la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como compañía y también desde el ámbito personal.



Es clave para alcanzar nuestros objetivos, contar con profesionales alineados con los valores de la compañía, comprometidos y orgullosos de quiénes somos. Por ello, es para nosotros prioritaria la comunicación interna y la formación.



---

Creando  
valor 2021

---

Nuestras  
marcas  
conscientes

---

El Grupo  
Zamora Company

---

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

---

Buen Gobierno  
Corporativo

---

**Empleados  
empoderados**

---

Consumidores  
y clientes

---

Compromiso  
con el planeta

---

Proveedores  
conscientes

---

Filantropía y  
acción social

---

Anexos

---




---

Company con la Agenda 2030 y sensibilizando sobre la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como compañía y también desde el ámbito personal.

Es clave para alcanzar nuestros objetivos, contar con profesionales alineados con los valores de la compañía, comprometidos y orgullosos de quiénes somos. Por ello, es para nosotros prioritaria la comunicación interna y la formación.

---

“Queremos asumir un **liderazgo transformador**, guiando, inspirando y **compartiendo valores, experiencias y conocimiento**, siendo más colaborativos, posibilitando alianzas y siendo reconocidos como **compañía consciente**”.

**Marisa Almazán**  
Conscious Company Manager



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

**Empleados  
empoderados**

Consumidores  
y clientes

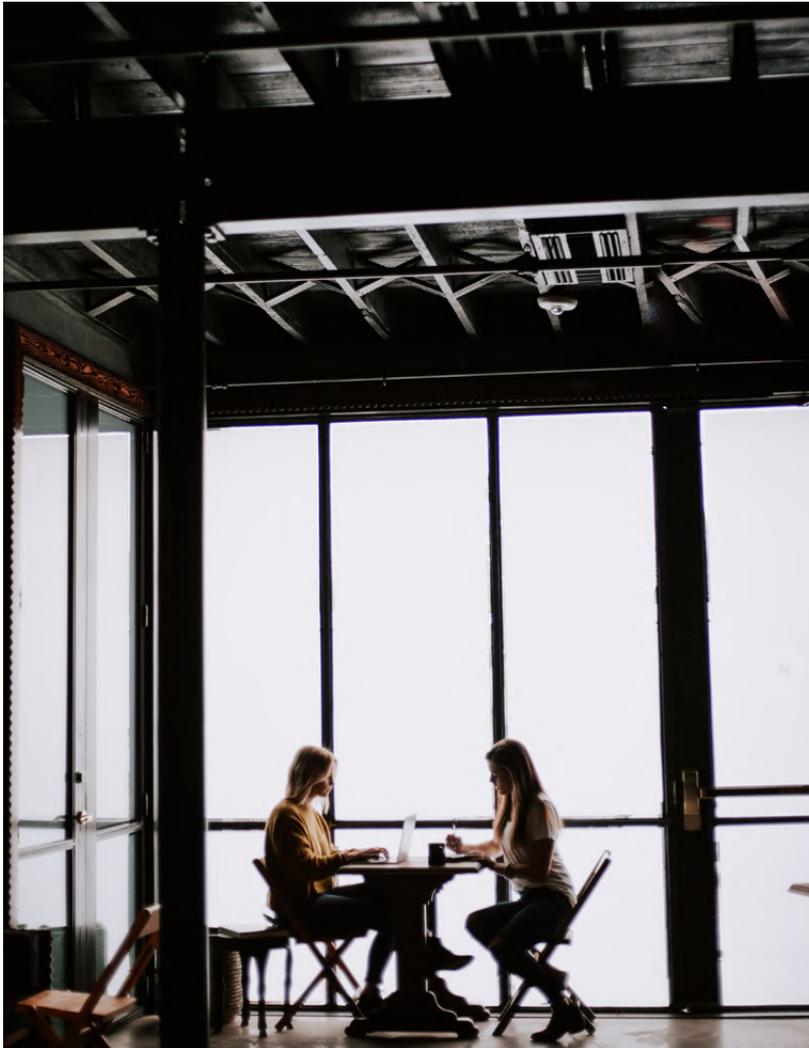
Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Comunicación interna



El **Portal de Comunicación** es el canal habitual para compartir información con los empleados, pero para nosotros no es solo una herramienta más, sino que representa nuestro deseo constante de mantener a las personas implicadas, orgullosas y comprometidas con lo que hacemos.

Las **secciones más relevantes** son:

**Sobre Nosotros** | Apostamos por la transparencia entre todos. Por ello, hemos creado, dentro de esta sección, la pestaña **“El Espejo”**, donde están disponibles tanto presentaciones corporativas como presentaciones de resultados generales, plan estratégico y otra información corporativa de interés.

Paralelamente, se creó la pestaña **“Magazine”** donde hacemos 4+3 preguntas de carácter más personal a todas las nuevas incorporaciones a la compañía.

**ZC Informa** | “Comunicados” y “Notas de prensa”.

**Distrito ético** | Espacio dedicado a políticas y procedimientos de compliance y riesgos, para poder acceder a los documentos corporativos aprobados y vigentes en cada momento.

**Vacantes** | Sincronizado automáticamente con la sección **“Trabaja con nosotros”** de nuestra página web.

A través de nuestro Portal de Comunicación realizamos más de 200 comunicaciones anuales a los empleados acerca de información relevante para ellos y para la compañía.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

**Empleados  
empoderados**

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Formación y desarrollo profesional

Con nuestra política de formación queremos dar la oportunidad a la totalidad de nuestros empleados, de desarrollarse profesional y personalmente, permitiendo, tanto el crecimiento de la Compañía como el del propio empleado.

Durante el ejercicio 2021 se ha culminado la implantación de nuevos procedimientos utilizados en años anteriores. Se ha afianzado la **formación online** alcanzando el **78,36%** del total de las formaciones, un 26,5% más que el año anterior.

Los objetivos formativos y el **Plan de Formación** anual van siempre asociados a los objetivos estratégicos del negocio, considerando que el desarrollo de los empleados es clave para la mejora de la competitividad empresarial.



## Objetivos formativos del ejercicio 2021

| ÁREAS                         | Temáticas                    |   |  |                     |                     |
|-------------------------------|------------------------------|---|--|---------------------|---------------------|
| <b>Marketing</b>              | Inicial / Básica             | Digital                                     |  |                     |                     |
| <b>PRL</b>                    | Inicial/General y Específica | Plan de Emergencia                          | Otros profesionales (carretilleros, instalaciones frigoríficas, Legionela) |                     |                     |
| <b>Supply chain</b>           | Logística                    | Compras                                     | Planificación  |                     |                     |
| <b>RRHH</b>                   | Selección                    | Formación                                   | Gestión Talento  | Laboral             | Herramientas        |
|                               | General                      |   |  |                     |                     |
| <b>Legal</b>                  | Protección Datos             | PRP   | Seguridad Datos/ Información   | Compliance          | Mercantil           |
| <b>Financiero</b>             | Gestión de Gastos            | Gestión Vehículos                           | Contabilidad   | Análisis Financiero | Tesorería           |
|                               | Impuestos                    | Gestión de cobros (crédito, impagados)      |  |                     |                     |
| <b>Informática</b>            | Ofimática                    | Aplicaciones y Dispositivos                 | CRM  |                     |                     |
| <b>Idiomas</b>                | Inglés                       | Francés                                     | Alemán   | Español             | Otros               |
| <b>Calidad</b>                | Higiene Alimentaria          | (Formación requerida para los responsables) | (Formación requerida para nuestros empleados)                              | Medio Ambiente      |                     |
| <b>Producción/Elaboración</b> | Equipos                      | Procesos                                    |  |                     |                     |
| <b>Habilidades</b>            | Comunicación                 | Competencia                                 | Liderazgo y Gestión de Equipos   | Trabajo en Equipo   | Gestión del Tiempo  |
|                               | Negociación                  | Orientación al cliente                      | Gestión del Cambio   | Coaching            | Técnicas de Ventas  |
| <b>Corporativo</b>            | Cultura                      | Valores                                     | Historia   | Proyectos           | Estándares (imagen) |



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

**Empleados  
empoderados**

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

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

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

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

### Plan de Formación 2021: % de acciones formativas realizadas por área

| Materia                   | Nº AF |
|---------------------------|-------|
| TÉCNICA/HABILIDADES       | 13,6% |
| PRL                       | 21,6% |
| ADMINISTRACIÓN / FINANZAS | 12,3% |
| LEGAL                     | 8%    |
| CALIDAD                   | 6,8%  |
| PRODUCCIÓN                | 3,4%  |
| RRHH                      | 4,9%  |
| MARKETING                 | 5,9%  |
| CORPORATIVO               | 5,6%  |
| LOGÍSTICA / SUPPLY CHAIN  | 3,4%  |
| INFORMÁTICA               | 8,6%  |
| COMERCIAL                 | 5,9%  |

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

Aún siendo menor el número de acciones formativas ejecutadas con respecto al ejercicio anterior, supuso un incremento en el número total de horas, alcanzando las **6.774 horas** impartidas.

Un 95% de las horas impartidas en 2021 correspondieron a formación externa. El 5% restante, al que habría que añadir acciones puntuales no contabilizadas en el plan de formación, corresponden a formación interna, especialmente formaciones específicas en Seguridad Alimentaria y Calidad impartidas por nuestros técnicos de calidad, así como por responsables de procesos.

El 67% de las horas de formación impartidas han sido destinadas a mujeres.

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

**Empleados  
empoderados**

Consumidores  
y clientes

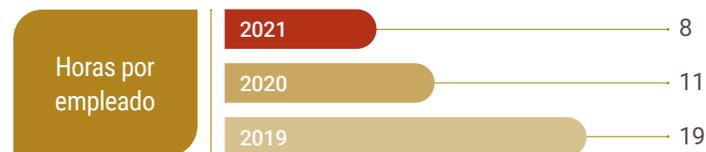
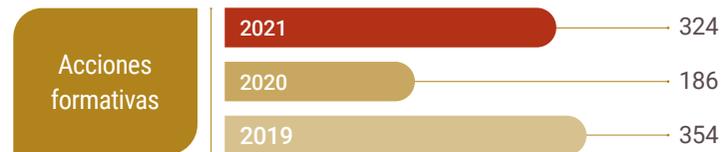
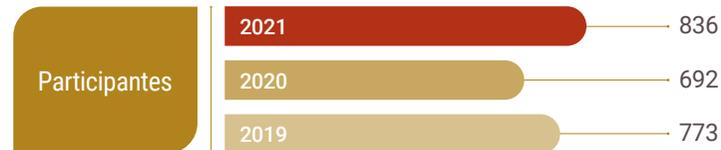
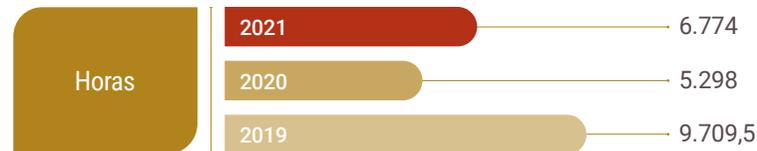
Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Evolución en nuestros indicadores de formación



## Indicadores de formación por categoría profesional



Zamora Company cuenta con un **proceso de evaluación continua** para todos y cada uno de sus empleados, dependiendo del nivel y las funciones que estén desarrollando en la compañía. Para niveles superiores se aplica un análisis a través de evaluación del desempeño que generalmente va ligada a una retribución variable y para niveles bases se aplica un enfoque de desarrollo profesional ligado a promociones internas.



## Nuevas incorporaciones

Nuestros **procesos de selección y contratación** aseguran que el candidato encaje en la cultura de compromiso, para mantener los valores de origen de la compañía y asegurar la esencia de empresa familiar y cercana, donde defendemos las características que siempre han formado parte de nosotros y que se mantienen vigentes hoy día: el compromiso, la independencia y la innovación.

La iniciativa **“Onboarding”** de Zamora Company es nuestro **programa de acogida**, a través del cual permitimos a las nuevas incorporaciones adentrarse en la cultura de nuestra compañía, compartiendo el propósito y los valores del Grupo, y facilitándoles asimismo una visión global de la estrategia de la organización.

En el documento **General People**, entregado a cada empleado, se recoge la filosofía del Grupo Zamora Company en cuanto al cuidado de sus trabajadores.



“Desde el primer día, acogemos a nuestros empleados dándoles a conocer la **cultura Zamora Company** para que se sientan integrados en la compañía.”

**Lauren Wollin-Ramirez**  
HR Director USA



# 6 Consumidores y clientes



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Consumidores y clientes

Continuamos **innovando de manera sostenible** para satisfacer las preferencias de nuestros consumidores y adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes.



“Nuestro objetivo es ofrecer productos auténticos y de **máxima calidad**, basando en la confianza nuestra relación con **consumidores y clientes**”

**Matteo Troia**  
Director General Villa Massa



“Sabemos que nuestros consumidores son cada vez más **conscientes**, por eso el reto de **innovar de manera sostenible** es nuestra forma de crecer con ellos”

**Inés Varas**  
Global Innovation Director Spirits & Lolea



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

**Consumidores y clientes**

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos



## Nuestras líneas estratégicas de compromiso con consumidores y clientes:



Promovemos el **consumo responsable**.



Fomentamos una **cultura de calidad integral y seguridad alimentaria**.



**Escuchamos a nuestros clientes y consumidores**, analizando su grado de satisfacción, adelantándonos a sus necesidades, innovando y optimizando nuestros productos y servicios.



**Mantenemos nuestro apoyo al sector de la hostelería y a la distribución**, como aliados clave de nuestro negocio.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Consumidores conscientes: nuestra responsabilidad

Fomentar un **consumo responsable** forma parte de nuestra responsabilidad social.



**Ampliamos nuestro porfolio** de productos con menor graduación alcohólica.



**Fomentamos hábitos de vida saludable** para nuestros consumidores y el conjunto de la sociedad.



Asumimos nuestra responsabilidad a través de un **marketing responsable** y de la **transparencia informativa** respecto a nuestros productos.



Aunamos esfuerzo con el sector para **alejar el consumo de alcohol de colectivos y situaciones de riesgo**.

Zamora Company participa de manera muy activa en todos los programas sectoriales promovidos por **FEV (Federación Española del Vino)** y **FEBE (Espirituosos España)**.

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

**FEV**  
FEDERACIÓN  
ESPAÑOLA  
DEL VINO

**ESPIRITUOSOS**  
ESPAÑA



**WINEinMODERATION**



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.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

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



Asimismo, son numerosas las acciones que Zamora Company apoya a través de su participación en **FEBE - Espirituosos España**, enfocadas a promover un consumo responsable:



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.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Innovación

En 2021 avanzamos en nuestra apuesta firme por **productos innovadores** adaptados a las tendencias del mercado y a las necesidades de los consumidores mas exigentes.

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.



Ramón Bilbao ha lanzado su **primera línea de vinos ecológicos**

**Ramón Bilbao Organic Rioja 2019 y Ramón Bilbao Organic Rueda 2020**, suponen la culminación de una apuesta por la sostenibilidad y un paso más en nuestro camino de empresa consciente.



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderados**Consumidores  
y clientes**Compromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

## Vinos certificados veganos

# Todos nuestros vinos son certificados veganos

## ¿Qué significa esto?

### ¿Cuál es el proceso de elaboración que hace que un vino sea vegano?

El proceso que es crítico para poder ser un vino vegano es el momento de la clarificación. En el caso de blancos y rosados, la preparación de los mostos previa a la fermentación puede hacerse por desfangado estático y por flotación. Es en este momento cuando pueden ser usados clarificantes de origen animal y lo que va a definir si un vino es apto para veganos o no. Una vez en fermentación, los mostos blancos o rosados se clarifican, y aquí de nuevo pueden usarse clarificantes aptos o no aptos para veganos.

### ¿Qué tipo de clarificantes se usan para que el vino pueda ser vegano?

Se está desplazando el uso de gelatina, que normalmente suele ser de origen porcino, por proteínas derivadas de productos vegetales, como la patata o el guisante.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

**Lolea** ha lanzado al mercado la **variedad orgánica de Lolea, 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, el nuevo **Martin Miller´s Summerful Gin**, así como **Villa Massa Amaretto** y **Villa Massa Giardino** son otras de las innovaciones que se suman al portfolio de Zamora Company.

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

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

Otros dos nuevos productos innovadores se añaden a nuestra **gama de cócteles enlatados: Licor 43 Milk** y **Licor 43 Nitro & Coffee**.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Innovación social

### Un Cacao que mejora la vida de sus cultivadores

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

### Transparencia y etiquetado responsable

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

La plataforma permite que cualquier empresa de vinos o bebidas espirituosas, aporte a través de la **etiqueta 'U-LABEL'**, información relevante, estandarizada y detallada como el listado de ingredientes, información nutricional, pautas de consumo responsable e información sobre sostenibilidad.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

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

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

Además, durante este año 2021, 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 a la Federación Española del Vino (FEV) en su apuesta por la digitalización en la creación del **Hub de Digitalización y Vino**.



“Ponemos nuestra **innovación al servicio de nuestros consumidores. Queremos que nuestro consumidor disfrute con nosotros**, con nuestros vinos, tanto como nosotros lo hacemos elaborándolos. Además, aplicamos la I+D para lograr una mejora continua en nuestro desempeño”

**Rosana Lisa**

Directora de I+D+i Vinos y Directora Técnica de LaLomba



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Calidad y seguridad alimentaria

**Nuestro objetivo es ofrecer productos y servicios seguros, inocuos y auténticos, manteniendo unos parámetros de calidad que los hacen únicos.**

Para Zamora Company es prioritaria la calidad y la seguridad alimentaria, por lo que realizamos los más rigurosos análisis y controles para ofrecer a nuestros consumidores la total **seguridad** y la máxima **garantía sanitaria**, sin perder los parámetros de calidad que caracterizan a nuestros productos.

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

**Todos nuestros empleados en España tienen la formación en Higiene Alimentaria.**

## Certificaciones en **calidad** y **seguridad alimentaria**

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



La **Política de Calidad de Zamora Company** está integrada con la Política Medioambiental, como parte de los sistemas de gestión ambiental certificados de los que disponen nuestras plantas.

Durante el 2021 se han auditado, tanto internamente como externamente, todos los centros en base a los estándares bajo los que están certificados. Los resultados obtenidos en las auditorias se han valorado positivamente y han sido tratados debidamente para garantizar la mejora continua de los sistemas de gestión.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Seguridad de la información y protección de datos personales

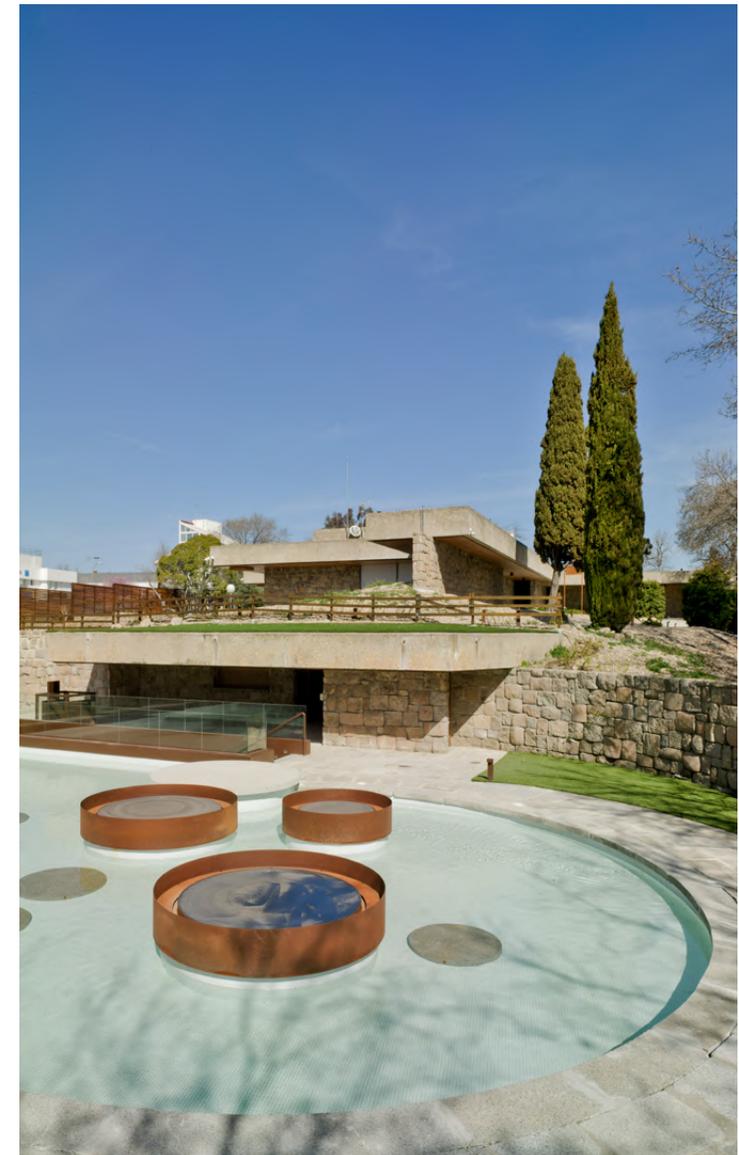
**En el ejercicio 2021 tampoco se han detectado incidencias relativas a la seguridad y la privacidad de la información.**

El Grupo Zamora Company es plenamente consciente de la relevancia de la protección de datos personales de clientes, leads, empleados, socios y proveedores. En todos los casos cumplimos con los principios básicos establecidos en el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y la Ley Orgánica 3/2018 de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

El área de Protección de Datos de Zamora Company pertenece al área Legal y da soporte a todo el Grupo a través del **Documento de seguridad** que regula todos los controles de los que se dispone en la compañía para implementar el valor de la Seguridad de la Información en el conjunto de la Organización.

Disponemos de un plan de seguridad de la información que integra 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.

Nuestro marco de gestión de la seguridad, basado en el compromiso de mejora continua, se apoya en la norma voluntaria **ISO/IEC 27002**, como conjunto de buenas prácticas para la gestión de la seguridad de la información.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



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

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

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

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

Otro protocolo fundamental es la **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.



# Satisfacción de nuestros consumidores y clientes

Las opiniones y preferencias de nuestros consumidores son para nosotros la mejor fuente de inspiración.

Nuestros sistemas de gestión aseguran disponer de fuentes de información suficientes y fiables acerca de la **satisfacción de nuestros clientes y consumidores**:



**Cuestionarios y encuestas** específicos.



Respuestas a **comunicación proactiva** con los **clientes**.



**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.



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderados**Consumidores  
y clientes**Compromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

## Tratamiento de comunicaciones y reclamaciones

En el **ejercicio 2021** hemos obtenido los siguientes datos:



**66**

**Reclamaciones  
justificadas**



Una mínima parte de las **incidencias** hacen referencia al **propio producto**



**2,79**

**Reclamaciones  
justificadas por  
M/ I producidos**



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

Seguimos mejorando nuestros procesos para lograr disminuir el número de incidencias y mejorar la escucha y atención a nuestros consumidores y clientes.

De todas las reclamaciones se hace una investigación ad hoc por el departamento técnico de la marca afectada, se le hace un seguimiento y, en todos los casos, se le da una respuesta al cliente a la mayor brevedad posible, informando siempre a los responsables comerciales de la marca.

Los valores han mostrado un ligero ascenso respecto al ejercicio anterior debido fundamentalmente a reclamaciones asociadas al producto Licor 43 Orochata, ya descontinuado, pero que sigue generando reclamaciones por envejecimiento.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Experiencia de Cliente

## Enoturismo

Un viaje sensorial a nuestros orígenes capaz de sorprender a los amantes del **turismo experiencial**.

Zamora Company, como creadores y distribuidores de vinos y espirituosos premium, ofrece la posibilidad de realizar visitas y descubrir el valor de las experiencias en enoturismo, conociendo los orígenes y la identidad única de Mar de Frades y Ramón Bilbao.

Bajo el certificado "Safe Tourism Certified", obtenido ya en el 2020, en 2021 se han desarrollado las actividades manteniendo las medidas preventivas para garantizar la máxima seguridad de personal propio y visitantes ante la Covid-19, así como unos protocolos de actuación muy concretos de cara a las visitas, para hacer de estas experiencias sensoriales planes atractivos y alejados de riesgos.



“Nuestras bodegas mantienen abiertas sus puertas para todos aquellos que quieran disfrutar de un **turismo sostenible de calidad y respetuoso con el entorno**, en lo que supone toda una inmersión en el campo de la vendimia y en el mundo vitivinícola.”

**Paula Zúñiga**

Directora Adjunta División Vinos



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Rutas en bicicleta eléctrica por la Rioja Alta

En las bodegas Ramon Bilbao se ofrecen visitas con recorridos guiados, catas, degustaciones y maridajes.

Como actividad novedosa, hay que destacar **las rutas en bicicleta eléctrica** para recorrer los paisajes de viñedo de la Rioja Alta con un guía especializado.

También el **servicio de restauración** para el consumidor, que Ramón Bilbao abre por primera vez todos los sábados, ampliando la oferta gastronómica de la bodega y ofreciendo varias opciones de menús con foco en el producto de proximidad.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

Por su parte, Mar de Frades completa la oferta de experiencias enoturísticas de Zamora Company, suscitando un enorme interés durante todo el año debido a su privilegiada ubicación, frente a la Ría de Arousa y con el imponente Océano Atlántico como telón de fondo.



En este enclave lleno de magia y sabor, Mar de Frades propone a sus visitantes diferentes experiencias únicas donde pueden conocer el proceso de creación de nuestros albariños y probarlos en su lugar de origen.

Una oferta al aire libre, en los viñedos y la terraza de la bodega para disfrutar del carácter salino del vino con la mejor gastronomía local; un servicio que se adapta al momento que vivimos, con una opción de reserva last minute.

Los visitantes de la bodega pueden elegir disfrutar de una cata desde la terraza con la experiencia "tasting" o si prefieren recorrer cada rincón de la Bodega y descubrir en detalle el origen de los vinos, pueden disfrutar de "Vive en azul" o "Vive el Atlántico en tu copa".



## La Cabaña de Mar de Frades Garmet Lounge

Desde diciembre de 2021, Mar de Frades Garmet Lounge brinda la oportunidad a los fieles del esquí de vivir una experiencia única con la que disfrutar de la nieve, el sol, la música y la gastronomía junto al albariño más sofisticado en un entorno creado para experimentar el verdadero estilo atlántico en pleno corazón del Pirineo, ofreciendo a los visitantes el "place to be" de la gastronomía, vino y ocio en la nieve.

El espacio, una cabaña de madera situada entre 2 telesillas, Culibillas y Garmet, 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 sirviendo una selecta oferta gastronómica acompañada de nuestro Albariño Atlántico.



## Visita “Experiencia 43”

Descubriendo el universo del licor origen de la compañía, que en 2021 ha cumplido 75 años.



Como experiencia de turismo industrial, Zamora Company ofrece la posibilidad de vivir “**Experiencia 43**”, descubriendo el universo de este licor, origen de la compañía.

Licor 43 ha sido y es el centro de gravedad alrededor del cual se ha generado este gran Grupo en el que hoy día tienen cabida tanto otras grandes marcas de espirituosos, como marcas de vinos líderes en sus respectivas denominaciones de origen.

En 2021 Licor 43 cumplió 75 años de su creación. Nos sentimos muy satisfechos de haber sabido interpretar ese legado, y haber construido juntos una marca con proyección internacional que durante su historia ha sabido adaptarse a las necesidades y hábitos del consumidor.

Con creatividad, pasión y duro trabajo, aquí se sentaron las bases de lo que hoy es el alma Zamora Company: su fuerte compromiso social y resiliencia. Generaron prosperidad, crearon empleo, y devolvieron la ilusión a muchas familias en un momento en el que España estaba viviendo los terribles efectos de la Guerra Civil.

Actualmente la marca emblemática de Licor 43 está presente en 80 mercados y es el licor Internacional con mayor crecimiento en los últimos 5 años.

La “Experiencia 43” ofrece la posibilidad de una visita más completa a través de la opción “*Master class & fruit picking*”, que incluye aprendizaje sobre coctelería, añadido a la visita al museo y a la fábrica.

También se organizan eventos, siempre únicos, familiares, empresariales o para disfrutar con amigos, ofreciendo actividades y experiencias para grupos, **con el objetivo de crear momentos inolvidables.**



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

**Consumidores y clientes**

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

## Spanish Wine Academy

### Nace para descubrir los secretos de nuestro vino.

Es 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.



Ofrece como parte de la experiencia formaciones específicas, con material para aumentar el conocimiento sobre el vino en España a través de vídeos y material descargable, así como encuentros con enólogos, permitiendo elegir a los usuarios entre dos niveles: **Winelovers** y **Winexperts**.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Primera edición “Premios Juli Soler”

En 2021 se ha celebrado la primera edición de los Premios “Juli Soler” que, impulsados por Spanish Wine Academy de Ramón Bilbao y creados por Madrid Fusión The Wine Edition, ha reconocido a 6 jóvenes talentos del vino español de entre 50 candidatos.

El premio lleva el nombre de uno de los restauradores y sumilleres más relevantes de nuestro país, Juli Soler, y pretende homenajear su pasión por el vino y el trabajo que realizó en vida formando y mentorizando a toda una generación de sumilleres que hoy son grandes profesionales.

Este galardón es equiparable al de “Joven Chef Revelación” de Madrid Fusión.



# CLUB VENTURIO

DEL ORIGEN A TU COPA

## Club Venturio

### Algo más que un Club de vino: 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**.

Entendemos esta iniciativa como una más de la compañía enfocada a mejorar la **experiencia de cliente** y que ha sido muy relevante en estos dos últimos años, en los que, debido a la situación de pandemia vivida, se ha visto propiciado el consumo en casa como alternativa al ocio ligado a la hostelería, y donde además ha primado la compra online.

Cada uno de nuestros vinos presenta una personalidad diferenciada, apta para momentos de consumo distintos o para presupuestos diferentes.

Club Venturio posibilita el servicio de venta telefónica y tienda online, disfrutando de ventajas exclusivas para socios y recibiendo el producto en un plazo máximo de una semana en Península y Baleares.

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.

Como servicio especial para clientes que así lo demanden, hemos creado la **Contraetiqueta personalizada**. Además, en 2021 hemos lanzado dos intranets en nuestro Club Venturio para ofrecer beneficios a nuestros empleados: Nuestra Barra para la compra de los empleados y Family&Friends para empleados y amigos.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Bartenders & Baristas Challenge Licor 43

Un año más, Licor 43 ha incentivado la participación de expertos en mezclas y sabor para encontrar el mejor coctel con Licor 43 y café, a través de la competencia entre los mejores profesionales: "Concurso Bartenders & Baristas Challenge".

De nuevo debido a la situación ocasionada por la pandemia, en 2021 el concurso se realizó también íntegramente online. Más de 300 profesionales de todo el mundo se presentaron a la competición en esta quinta edición a cuya gala se conectaron in streaming 700 personas. De esta manera, hemos logrado mantener una tradición ya de cinco años en la cual los participantes han podido seguir practicando y experimentando.



**"Tropicália** es un cóctel creado con **Licor 43**, café catuaí amarelo, pulpa pura de maracuyá colada y 1 hoja de albahaca. Una explosión de sabor con un toque muy tropical. Es un orgullo para mí que el jurado lo haya elegido entre todas las nuevas e increíbles combinaciones creadas por el resto de los participantes del concurso".

**Thalita Freire Cacho**

Ganadora del concurso Bartenders & Baristas Licor 43



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Premios y reconocimientos

**En 2021 hemos recibido más de 40 premios y reconocimientos de las entidades con más prestigio nacional e internacional del sector.**

El año 2021 ha sido uno de los más galardonados en los 75 años de historia del Grupo Zamora Company.

Martin Miller's Gin, Licor 43, Yellow Rose y Villa Massa han sido las marcas de espirituosos con más palmarés este 2021, mientras que Ramón Bilbao, Lalomba y Mar de Frades lo han sido en la división de vinos. Nuestros productos han conquistado a jurados como los de los San Francisco World Spirits Competition, SIP Awards, los premios Bacchus de la Unión Española de Catadores o los International Wine Challenge Merchant Awards España.

De los numerosos reconocimientos, nominaciones y premios recibidos en 2021 destacamos los siguientes:



Mensajes

Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



“Los galardones cosechados por la compañía en 2021 reafirman el camino de crecimiento iniciado por una **empresa de origen español, pero con clara vocación internacional**. Se trata de un reconocimiento a un trabajo que se remonta décadas atrás para conseguir un nutrido porfolio de vinos y espirituosos premium al que han contribuido los equipos de cada una de las marcas premiadas. Son fruto del **trabajo en equipo de todas las unidades de actividad de la compañía**, desde el viñedo hasta la comercialización final, pasando por desarrollo de producto, marketing, etc. En definitiva, un equipo alineado con los valores de **compromiso, calidad e innovación** para seguir siendo una empresa referente del sector”.



**Javier Pijoan**  
Director General

Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Por tercer año consecutivo Ramón Bilbao es considerado como una de las 50 marcas de vino más admiradas del mundo

Ramón Bilbao se acerca a sus 100 años de historia sumando un nuevo hito a su evolución constante. Por tercer año consecutivo, la casa de Haro ha sido incluida en la lista de las 50 marcas de vino más admiradas de la publicación "Drinks International", un hito del que solo pueden presumir otras dos bodegas españolas hasta la fecha.

Cada año, un panel de expertos entre los que se encuentran profesionales de casi medio centenar de países eligen a las 50 marcas de vino más admiradas entre varios miles de participantes.

El ranking **'The World's Most Admired Wine Brands'** se elabora a partir de encuestas realizadas por profesionales internacionales del sector (periodistas y escritores de vino, asesores, enólogos, compradores, educadores, analistas, sumilleres y masters of wine), a quienes se les pide que elijan las marcas de vino que más admiran atendiendo a aspectos como la calidad, autenticidad e imagen de marca.



## Mirto 2015 se alza con el Gran Bacchus de oro

MIRTO 2015 se ha alzado este año con la Medalla de GRAN ORO en el prestigioso concurso BACCHUS organizado por la Unión Española de Catadores (UEC) en Madrid.

Promovido por la Unión Española de Catadores (UEC), este importante certamen internacional está auspiciado por la Organización Internacional de la Viña (OIV) y la Federación Mundial de Grandes Concursos de Vinos y Espirituosos (VINO FED). La Medalla de Gran Oro, máxima distinción de este certamen, sitúa a Mirto como uno de los grandes vinos del mundo.

La XIX Edición del Concurso Internacional de Vinos Bacchus 2021 acogió un total de 80 catadores nacionales e internacionales –masters of wine, prescriptores, sumilleres, enólogos y críticos de vinos– que han analizado a ciegas un total de 1.692 vinos de todo el mundo, procedentes de países como España, Portugal, Francia, Italia, Argentina, Australia, Alemania, Eslovaquia, México, República Checa, Brasil, Uruguay, Perú, Túnez, Nueva Zelanda y Moldavia. Apenas una treintena de ellos han logrado la medalla de Gran Oro que Mirto 2015 ha obtenido.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Doble oro para Cocktail 43 Fresco Lemon y oro para Cocktail Fresco Apple

Cocktail 43 Fresco es la fusión única de Licor 43 y auténtico jugo de fruta, una muy fresca innovación que ha obtenido diferentes reconocimientos.

Cocktail 43 Fresco Lemon ha obtenido Doble Medalla de Oro en los SIP Awards y Oro en San Francisco Spirits Competition. Nuestra última incorporación a la gama Cocktail 43 Fresco RTD, la variante Apple, ha sido galardonada con Oro Sobresaliente para la categoría RTD en el Concurso Internacional de Vinos y Licores (IWSC), alcanzando la puntuación más alta en toda la categoría con 98 puntos sobre 100.

Los premios SIP se distinguen como la única competición de bebidas espirituosas en la que juzgan los consumidores. Atendiendo a las opiniones y paladares del público exigente es reconocida internacionalmente.

Por su parte, la San Francisco World Spirits Competition (SFWSC) fue fundada en el año 2000 y es una de las más grandes y antiguas de su categoría. El panel de jueces está formado por expertos respetados y experimentados en la industria, desde conocidos mixólogos, hasta periodistas y propietarios de restaurantes que prueban a ciegas como parte del proceso de evaluación.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Licor 43 Horchata premiado con Platinum y Consumer Choice Award en los SIP Awards

También la innovadora fórmula de Licor 43 Horchata, 100% vegana, sin lactosa y sin gluten, es una delicada fusión de la tradicional horchata de Valencia con Licor 43 que no deja de cosechar premios y ha sido reconocida en los SIP Awards con Platinum y Consumer Choice Award.



## Carajillo 43 logra el mayor reconocimiento como bebida lista para tomar en los Global Master Oro en San Francisco World Spirits Competition

Carajillo 43 es una deliciosa fusión de Licor 43 y café 100% mexicano. Esta combinación lista para tomar ha obtenido el máximo reconocimiento en los Global Master y se ha llevado el Oro en San Francisco World Spirits Competition.

Global Spirits Masters es una competición única en su uso exclusivo de jueces expertos completamente independientes, incluidos periodistas, compradores minoristas, camareros y educadores.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Martin Miller's Gin reconocida como la mejor ginebra del mundo

El 2021 ha sido, sin duda, un año exitoso para Martin Miller's Gin con la obtención de 27 premios mundiales.



La marca ha conseguido cuatro medallas de oro en The Gin Masters 2021 y otras dos medallas en The Cocktail & Signature Serve Masters 2021 gracias a referentes como Martin Miller's 9 Moons Gin, Martin Miller's Original Gin, y las variedades Westbourne, Summerful y Winterful.

A esto se suma que la marca ha vuelto a ser reconocida como la mejor ginebra del mundo en los premios Best of Year 2021 del Beverage Testing Institute y también en 'The World Gin Awards' donde se lograron dos oros.



## Tim Atkin MW avala el proyecto enológico de Lalomba en su '2021 Rioja Special Report'

'Lalomba Finca Lalinde rosado' ha obtenido el aval y reconocimiento de los principales críticos y prescriptores del mundo del vino. Debutó con el premio al mejor vino rosado de la DOCa Rioja en el 'Rioja Special Report' del prestigioso MW Británico Tim Atkin.

## Excelentes puntuaciones para Zamora Company Wines en la Guía PROENSA y la Guía Gourmets 2021

Los proyectos vitivinícolas de Zamora Company en la DOCa. Rioja, en la DO Rueda, en la DO Rías Baixas y en la DO Ribera del Duero han recibido nuevamente el respaldo de la crítica nacional alcanzando sus mejores puntuaciones en la Guía Proensa 2021 y la Guía Gourmets 2021.



Mensajes

Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



Saboreamos cada momento. En cualquier lugar del mundo y con un **extenso portfolio que cubra todos los gustos.**

Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

## Puntuaciones de nuestras marcas 2021:



## Resumen de reconocimientos obtenidos en 2021:

| <b>LALOMBA</b>   | <b>GALARDÓN</b>  | <b>TIPO/CATEGORÍAS</b>                                   | <b>CONVOCANTES</b>   |
|--|--|--|--|
| <b>Lalomba Finca Ladero 2016</b>                       | <i>Mejor Vino de España (100 pts)</i>                    | <i>Inclusión en la Guía Vivir el Vino</i>                | <i>Guía Vivir el Vino</i>                                  |
| <b>Lalomba Finca Valhonta 2017</b>                     | <i>100 pts</i>   | <i>Inclusión en la Guía Proensa</i>                      | <i>Guía Proensa</i>  |
| <b>Lalomba Finca Lalinde Rosado</b>                    | <i>Premios Verema 2020</i>                               | <i>Mejor rosado del año</i>                              | <i>Verema</i>  |
| <b>MAR DE FRADES</b>                                   | <b>GALARDÓN</b>  | <b>TIPO/CATEGORÍAS</b>                                   | <b>CONVOCANTES</b>   |
| <b>Mar de Frades Edición Limitada por Moisés Nieto</b> | <i>International Wine Challenge Merchant Awards 2021</i> | <i>Mejor Campaña de Marketing</i>                        | <i>International Wine Challenge Merchant Awards España</i> |
| <b>RAMÓN BILBAO</b>                                    | <b>GALARDÓN</b>  | <b>TIPO/CATEGORÍAS</b>                                   | <b>CONVOCANTES</b>   |
| <b>Ramón Bilbao</b>                                    | <i>Inclusión en la lista de 50 bodegas reconocidas</i>   | <i>The World's Most Admired Wine Brands 2021</i>         | <i>Drinks International</i>                                |
|  | <i>Premios Verema 2020</i>                               | <i>Mejor proyecto formativo por Spanish Wine Academy</i> | <i>Verema</i>  |
| <b>Ramón Bilbao Mirto 2014</b>                         | <i>99 pts</i>  | <i>Inclusión en la Guía Proensa</i>                      | <i>Inclusión en la Guía Proensa</i>                        |
|  | <i>99 pts</i>  | <i>Inclusión en la Guía Vivir el Vino</i>                | <i>Guía Vivir el Vino</i>                                  |
| <b>Ramón Bilbao Mirto 2015</b>                         | <i>Concurso Internacional de Vinos Bacchus 2021</i>      | <i>Inclusión en la Guía Proensa</i>                      | <i>Guía Proensa</i>  |
| <b>Ramón Bilbao Crianza 2018</b>                       | <i>Concours Mondial de Bruxelles 2021</i>                | <i>Gran Medalla de Oro</i>                               | <i>Concours Mondial de Bruxelles</i>                       |
| <b>Ramón Bilbao Edición Limitada 2018</b>              | <i>Concours Mondial de Bruxelles 2021</i>                | <i>Gran Medalla de Oro</i>                               | <i>Concours Mondial de Bruxelles</i>                       |



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

**Consumidores  
y clientes**

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## MARTIN MILLER'S

|                                       | GALARDÓN   | TIPO/CATEGORÍAS                     | CONVOCANTES                       |
|---------------------------------------|--|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Martin Miller's 9 Moons Gin</b>    | <i>San Francisco World Spirits Competition 2021</i>    | <i>Inclusión en la Guía Proensa</i> | <i>Guía Proensa</i>               |
|                                       | <i>World Gin Awards 2021</i>                           | <i>Best English Matured Gin</i>     | <i>World Gin Awards</i>           |
|                                       | <i>Beverage Testing Institute 2021</i>                 | <i>Gold Medal</i>                   | <i>Beverage Testing Institute</i> |
| <b>Martin Miller's Original Gin</b>   | <i>The Gin Masters 2021</i>                            | <i>Gold Medal</i>                   | <i>The Spirits Business</i>       |
|                                       | <i>World Gin Awards 2021</i>                           | <i>Gold Medal</i>                   | <i>World Gin Awards</i>           |
|                                       | <i>Beverage Testing Institute 2021</i>                 | <i>Gold Medal</i>                   | <i>Beverage Testing Institute</i> |
| <b>Martin Miller's Winterful Gin</b>  | <i>The Gin Masters 2021</i>                            | <i>Gold Medal</i>                   | <i>The Spirits Business</i>       |
|                                       | <i>The Cocktail &amp; Signature Serve Masters 2021</i> | <i>Master Medal</i>                 | <i>The Spirits Business</i>       |
| <b>Martin Miller's Summerful Gin</b>  | <i>The Gin Masters 2021</i>                            | <i>Gold Medal</i>                   | <i>The Spirits Business</i>       |
|                                       | <i>The Cocktail &amp; Signature Serve Masters 2021</i> | <i>Gold Medal</i>                   | <i>The Spirits Business</i>       |
| <b>Martin Miller's Westbourne Gin</b> | <i>The Gin Masters 2021</i>                            | <i>Gold Medal</i>                   | <i>The Spirits Business</i>       |
|                                       | <i>Beverage Testing Institute 2021</i>                 | <i>Platinum Medal</i>               | <i>Beverage Testing Institute</i> |

## VILLA MASSA

|                               | GALARDÓN   | TIPO/CATEGORÍAS                                    | CONVOCANTES                                    |
|-------------------------------|--|--|--|
| <b>Villa Massa Amaretto</b>   | <i>San Francisco World Spirits Competition 2021</i>    | <i>Gold Medal (Nut Liqueur)</i>                    | <i>San Francisco World Spirits Competition</i> |
|                               | <i>SIP Awards 2021</i>                                 | <i>Best of Class I Platinum I Innovation Award</i> | <i>SIP Awards</i>                              |
| <b>Villa Massa Limoncello</b> | <i>SIP Awards 2021</i>                                 | <i>Platinum I Consumers Choice Award</i>           | <i>SIP Awards</i>                              |
|                               | <i>The Cocktail &amp; Signature Serve Masters 2021</i> | <i>Gold Medal</i>                                  | <i>The Spirits Business</i>                    |



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



| YELLOW ROSE               | GALARDÓN                                     | TIPO/CATEGORÍAS                         | CONVOCANTES                             |
|---------------------------|--|---|---|
| Yellow Rose Outlaw        | San Francisco World Spirits Competition 2021 | Double Gold Medal (Small Batch Bourbon) | San Francisco World Spirits Competition |
|                           | SIP Awards 2021                              | Double Gold I Innovation Award          | SIP Awards                              |
| Yellow Rose Rye           | International Spirits Challenge (ISC) 2021   | Gold Medal                              | International Spirits Challenge (ISC)   |
|                           | The American Whiskey Masters 2021            | Gold Medal                              | The Spirits Business                    |
| Yellow Rose Harris County | The American Whiskey Masters 2021            | Gold Medal                              | The Spirits Business                    |
| Yellow Rose Rye           | The American Whiskey Masters 2021            | Gold Medal                              | The Spirits Business                    |

| VERMOUTH GIARDINO | GALARDÓN   | TIPO/CATEGORÍAS | CONVOCANTES          |
|-------------------|--|-----------------|----------------------|
| Vermouth Giardino | The Spirits Business Design and Packaging Masters 2021 | Gold Medal      | The Spirits Business |
| Vermouth Giardino | The Spirits Business Design and Packaging Masters 2021 | Gold Medal      | The Spirits Business |



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



| LICOR 43               | GALARDÓN  | TIPO/CATEGORÍAS  | CONVOCANTES                                    |
|------------------------|---|--|--|
| Licor 43 Horchata      | <i>The Liqueur Masters 2021</i>                     | <i>Gold Medal</i>  | <i>The Spirits Business</i>                    |
|                        | <i>Premix &amp; Likorettes</i>                      | <i>Producto del Año 2021 en Holanda</i>  | <i>Premix &amp; Likorettes</i>                 |
|                        | <i>San Francisco World Spirits Competition 2021</i> | <i>Gold Medal (Cream Liqueurs)</i>   | <i>San Francisco World Spirits Competition</i> |
|                        | <i>SIP Awards 2021</i>                              | <i>Best of Class I Platinum I Consumers Choice Award en la categoría de crema de licor</i> | <i>SIP Awards</i>                              |
| Licor 43 Fresco Lemon  | <i>SIP Awards 2021</i>                              | <i>Double Gold (categoría RTD)</i>   | <i>SIP Awards</i>                              |
|                        | <i>The Liqueur Masters 2021</i>                     | <i>Gold Medal</i>  | <i>The Spirits Business</i>                    |
| Licor 43 Carajillo RTD | <i>San Francisco World Spirits Competition 2021</i> | <i>Gold Medal (Pre-mixed Cocktails)</i>  | <i>San Francisco World Spirits Competition</i> |
| Carajillo 43           | <i>The Liqueur Masters 2021</i>                     | <i>Master Medal</i>  | <i>The Spirits Business</i>                    |



# 7 Compromiso con el planeta



# Compromiso con el planeta

No podemos olvidar el verdadero valor de la tierra, de las raíces, de esos orígenes que han garantizado el porvenir de generaciones enteras.



Domingo Fontseca  
Gerente Viticultura  
División Vinos

“Volcamos nuestros esfuerzos en **garantizar el cuidado y el respeto que el suelo y el entorno natural merecen para garantizar la supervivencia del sector de manera respetuosa con el planeta**”

Nuestro modelo de Empresa Consciente define las líneas estratégicas de compromiso con el medio ambiente a lo largo de toda nuestra cadena de valor:

- ACCIÓN POR EL CLIMA
- CIRCULARIDAD
- PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD
- PROVEEDORES CONSCIENTES



# Nuestra gestión ambiental

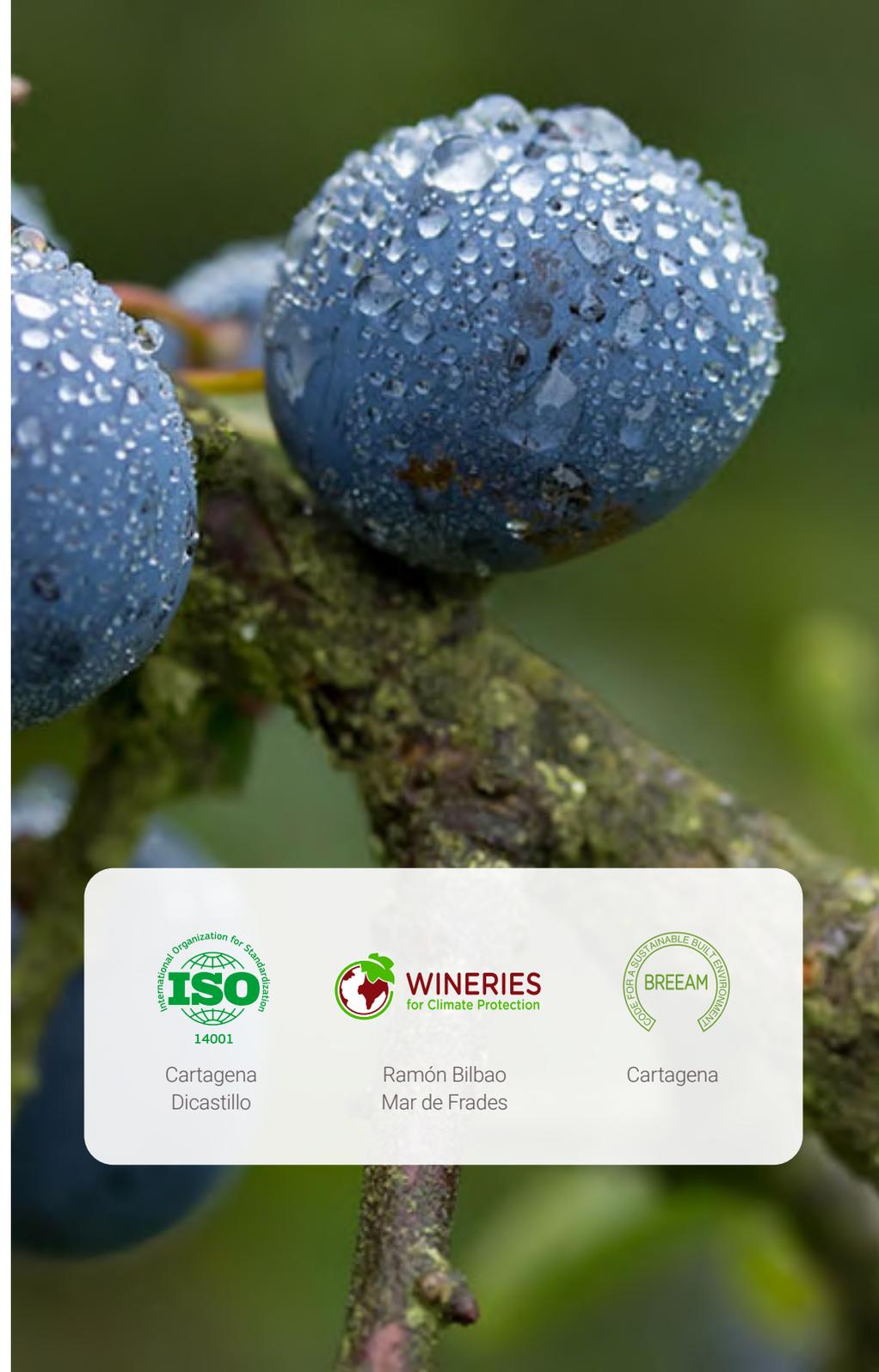
Las **certificaciones ambientales** muestran el **compromiso** adquirido para la mejora continua en nuestro **desempeño ambiental**.

Mantenemos nuestros principios básicos de actuación ambiental conforme a la **Política de Gestión del Grupo Zamora Company**, destacando nuestros compromisos en torno a:

**Cumplir con la legislación aplicable** y otros requisitos adicionales que la compañía haya podido suscribir de manera voluntaria.

**Prevenir y reducir la contaminación del entorno** mediante uso equilibrado de los recursos naturales.

**Concienciar acerca de la gestión responsable del medio ambiente** y de la mejora continua, fomentando el diálogo y la participación.



Cartagena  
Dicastillo



Ramón Bilbao  
Mar de Frades



Cartagena



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Riesgos e impactos ambientales

Los riesgos identificados por Zamora Company respecto a cuestiones medioambientales se refieren a riesgos de incumplimiento de la normativa, o bien incumplimiento de los compromisos sectoriales adquiridos, que puedan impactar sobre los objetivos del negocio y la reputación de la compañía, además de incumplir nuestro compromiso con toda la sociedad frente a los retos y desafíos globales a los que nos enfrentamos.

Los riesgos ambientales se han categorizado como de impacto bajo, dadas las medidas de control y seguimiento ya implementadas.

Somos conscientes del riesgo del cambio climático sobre nuestras actividades, dada la estrecha dependencia que nuestros productos tienen del medio natural, y por ello estamos ya avanzando en diferentes iniciativas para la adaptación y la elaboración de vinos de naturaleza más sostenible.

### Identificación de aspectos ambientales

-  Consumo de agua.
-  Consumo de energía eléctrica.
-  Consumo de combustibles fósiles (gasoil, gases y gasolina).
-  Consumo de productos químicos (fitosanitarios, fertilizantes y otros productos de mantenimiento de instalaciones).
-  Generación de residuos no peligrosos.

-  Generación de subproductos vínicos.
-  Generación de residuos orgánicos.
-  Generación de residuos peligrosos.
-  Emisiones de calderas.
-  Emisiones de vehículos.
-  Emisiones de gases refrigerantes.
-  Envases (packaging: vidrio, cartón, plástico...).

### Aspectos evaluados como de impacto más significativo

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Organización y recursos

Zamora Company se ha comprometido a facilitar los recursos necesarios para el desarrollo y la implantación efectiva de los Sistemas de Gestión, incorporando la variable ambiental en la toma de decisiones de los negocios.

La gestión ambiental se impulsa a través de la estructura organizativa definida: un Gerente Corporativo para el Grupo, que hace las labores de coordinación de los sistemas de gestión y de apoyo en las diferentes auditorías, obtención de datos y orientación para la definición de objetivos e inversiones, tanto a nivel de compañía como de cada centro.

Asimismo, en cada planta hay una persona responsable de las cuestiones medioambientales, supervisada por la Dirección Técnica de dicha planta.

En 2021 se han realizado diversas inversiones en instalaciones, no contabilizándose de manera global, sino como parte de la gestión de cada planta.

Se valora positivamente el resultado de las diferentes auditorías internas y externas realizadas a lo largo del año; todas ellas se han superado con éxito y no se han detectado incumplimientos graves o mayores.

En 2021 no se ha identificado ningún incumplimiento legal o aspecto en tramitación, y tampoco se ha abierto ningún expediente sancionador por causa ambiental.

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



En cuanto a formación y sensibilización ambiental, a lo largo de 2021 desde el área corporativa de Empresa Consciente, se han realizado periódicamente comunicaciones específicas a la totalidad de los empleados, relativas a cuestiones medioambientales y a los compromisos adquiridos por Zamora Company con la Agenda 2030 y su contribución a los ODS.

La compañía forma parte del **Grupo impulsor del Compromiso por el Desarrollo Sostenible del Puerto de Cartagena** (constituido el 13 de febrero de 2020), comprometida en el desarrollo de una estrategia común que ayude a implementar los Objetivos de Desarrollo Sostenible el Puerto de Cartagena y donde los ODS relacionados de manera directa con el medio ambiente adquieren una gran relevancia.





## Acción por el clima

**Apoyamos firmemente la lucha contra el cambio climático, como reto de carácter global y por la incidencia sobre nuestra propia actividad.**

**Nuestro vino proviene de la naturaleza y es nuestra responsabilidad protegerla.**

El cambio climático se ha convertido en uno de los principales retos a los que todos debemos dar respuesta de manera conjunta, por su carácter global y por las consecuencias económicas y sociales que implica su evolución.

La emergencia climática empuja de forma apremiante a las empresas a establecer un plan de acción urgente y un modelo estratégico transversal, que permita abordar adecuadamente los riesgos y oportunidades derivados del cambio climático.

Somos conscientes además, de que para nuestro sector, los nuevos escenarios climáticos suponen una amenaza y un reto de gran relevancia; por ello, nuestro compromiso en la acción por el clima es máximo, tomando además las medidas necesarias para adaptarnos a sus potenciales efectos sobre nuestra actividad.



**Empecemos cambiando nosotros  
para cambiar el mundo.**



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Riesgos frente al cambio climático

**Las variaciones climáticas están afectando a las áreas tradicionales de cultivo de vides: seguimos innovando en productos únicos adaptados al entorno.**

En los últimos 25 años el nivel del mar ha subido el doble de lo previsto y un tercio de las especies marinas están en riesgo. Disponemos ya de poco tiempo para frenar la catástrofe del cambio climático.

Los sucesos climáticos y meteorológicos son cada vez más adversos y se han convertido en una de las prioridades a nivel europeo y mundial. Es necesario ofrecer una solución urgente para resolver la triple crisis planetaria: la crisis del cambio climático, la crisis de la biodiversidad y la naturaleza, y la crisis de la contaminación y desechos.

En el caso concreto de **Mar de Frades**, nos enfrentamos a un presente condicionado por los cambios en el clima cada vez más notables e inestables en Galicia, que afectan directamente al desarrollo de su actividad y el vino.

Los inviernos son más templados y acompañados de fuertes lluvias que provocan la maduración precoz de la oóspora de mildiu; las temperaturas mínimas son más altas, permitiendo cualquier brote pequeño de hongo; los veranos son más calurosos, lo cual combinado con la naturaleza de los suelos franco-arenosos de la zona, que no retienen el agua, provoca un estrés hídrico en la planta; los episodios meteorológicos más extremos y cambiantes ocasionan el adelantamiento del ciclo de la vida.

En la última década, Mar de Frades ha notado cambios cada vez más marcados en el clima de las Rías Baixas, afectando directamente el



funcionamiento del Albariño en sus 60 hectáreas de viñedo, incluidas las cuatro de viñedo único.

Podemos ver claramente que, si no hacemos algo al respecto ahora, pronto Galicia no será el especialista en albariño que es hoy en día. Por ello, Mar de Frades se plantea como objetivo la conservación del patrimonio varietal y el estudio de variedades que se adapten al cambio climático, siendo pionera en la experimentación con tres variedades que no se cultivan en ningún otro lugar del mundo y sobre las que no existen estudios agronómicos previos, con las que se busca elaborar nuevos vinos blancos de calidad, diferenciados y originales.

Por su parte, **Ramón Bilbao** también incluye como uno de sus objetivos adaptar los sistemas de cultivo para retrasar la maduración.



Hoy cosechamos 20 días antes de lo que solíamos hacer hace 70 años en La Rioja, sin embargo, creemos que es necesario realizar un estudio y análisis profundo para rastrear los datos históricos de la región y hacer un pronóstico más preciso para el futuro.

En ese sentido, las nuevas condiciones que estamos viviendo propician que podamos ver áreas, en las que antes teníamos limitaciones térmicas para lograr una madurez óptima, como áreas interesantes para futuros cultivos. También en las zonas de altitud logramos elaboraciones con un perfil fresco, con mejor ventilación evitando problemas de enfermedades y una gran diferencia de temperatura entre el día y la noche, lo cual suponen condiciones óptimas para el cultivo de la vid.

En Ramón Bilbao hemos estado cultivando y obteniendo uvas de viñedos de altitud desde hace ya algunos años, especialmente para nuestro vino Viñedos de Altura lanzado en 2012 proveniente de dos viñedos (Rioja Alta y Rioja Oriental) a 700 metros de altitud.

## Wineries for Climate Protection (WfCP) y Sustainable Wine Roundtable (SWR)

Ya en 2017, **Ramón Bilbao se consolida como bodega sostenible pionera en España**, entrando dentro del programa **Wineries for Climate Protection**, la primera y única certificación específica para el sector del vino en materia de sostenibilidad medioambiental amparada dentro de la FEV (Federación Española del Vino), siendo además la primera bodega en certificar también las actividades en viñedo.

Esta certificación responde a nuestro manifiesto corporativo de compromiso en la lucha contra el cambio climático y demuestra nuestro papel en la misión común a toda la industria española del vino, que es la de ser cada vez más competitiva en materia de sostenibilidad.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

**Ramón Bilbao** es la única bodega española miembro del comité fundador de la **Sustainable Wine Roundtable (SWR)**, la iniciativa global por la sostenibilidad y las consecuencias del cambio climático en el sector del vino, en la que participan bodegas y organismos vitivinícolas de todo el mundo.



“Nuestro **compromiso con la sostenibilidad** está muy afianzado en la empresa y va un paso más allá con la fundación de esta iniciativa, de la que nos sentimos orgullosos de formar parte. **No podemos dar más la espalda al cambio climático** y sus consecuencias, que están afectando a los cultivos de todo el mundo.

Esperamos que Sustainable Wine Roundtable (SWR) sea un lugar de encuentro de entidades de todo el planeta para **contribuir a la construcción de un mundo mejor, más sostenible y responsable con la naturaleza”**



**Remigio Sanz**  
Global Brand Manager Wines



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

“El **Programa Conscious de Mar de Frades** nace con el objetivo de **proteger el medio ambiente y luchar contra el cambio climático**: un recorrido firme y seguro hacia un futuro sostenible. Somos muy conscientes que hay que cambiar nuestro modelo para **dejar la menor huella posible en nuestro entorno**”

**Paula Fandiño Pita**  
Directora Técnica/Gerente  
en Mar de Frades



**Mar de Frades** cuenta también con la certificación WfCP y trabaja en un ambicioso plan de sostenibilidad ambiental acorde a su **Programa Conscious**, alineado con las líneas corporativas marcadas por la compañía y con la filosofía sostenible de la bodega, que implementa diferentes medidas que respetan el medio ambiente durante todo el proceso de elaboración de sus vinos.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Eficiencia energética

**El 70% de nuestro consumo energético ya procede de fuentes renovables y nuestro compromiso es que sea del 90% para 2025.**

**Respecto a datos del año anterior, hemos reducido el consumo energético en un 10% y la intensidad energética en un 31%.**

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

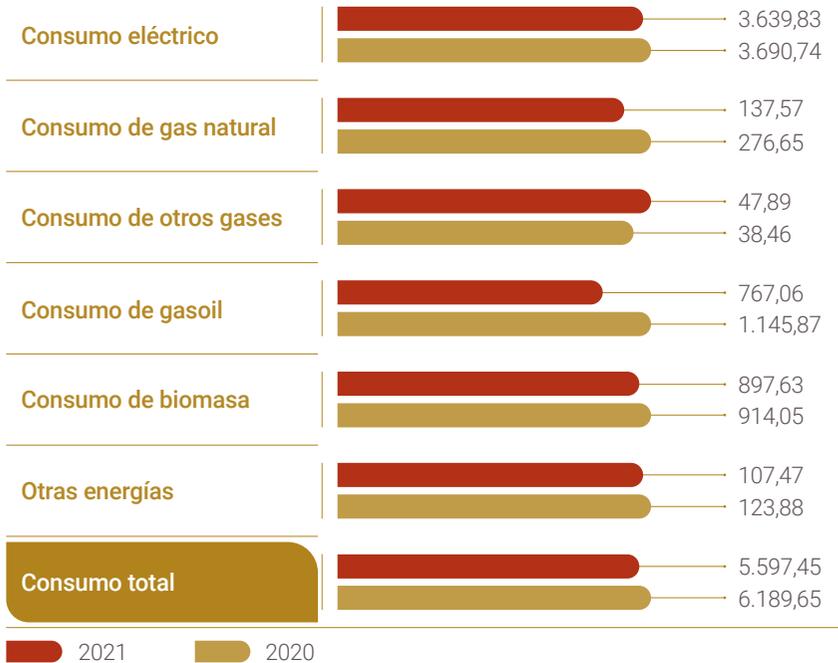
Como objetivo a nivel de grupo, Zamora Company se ha comprometido a que el 90% de su consumo energético para el año 2025 sea energía renovable, y algunas de las plantas del Grupo están ya muy próximas a alcanzar dicho objetivo. Hay que tener en cuenta que incluimos la actividad de campo en los consumos energéticos, por lo que el porcentaje de renovable disminuye, ya que es ahí donde precisamente se utiliza una mayor proporción de combustibles fósiles. Nuestras bodegas ya contemplan la sustitución de maquinaria de campo por otra más eficiente y sostenible, tendiendo al uso de equipos eléctricos.

En 2021 hemos logrado reducir el consumo total de energía un 9,56 % respecto a 2020

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

## Indicadores de energía

### Consumo (MWh)



### Intensidad energética (kWh/l embotellado)



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



## Emisiones y huella de carbono

**Nos hemos comprometido a reducir un 15% nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> para el año 2025, considerando el 2018 como año base.**

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

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

Todos nuestros centros son plenamente conscientes de la importancia del control de los focos que generan emisiones a la atmósfera.

En nuestras bodegas, como parte del compromiso adquirido con las certificaciones bajo el esquema WfCP, trabajamos para minimizar nuestras emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

Disponemos de programas preventivos de mantenimiento para conservar las condiciones óptimas de funcionamiento y asegurar un control adecuado de las instalaciones, revisando periódicamente todas las operaciones que puedan generar emisiones a la atmósfera, conforme a la normativa vigente de aplicación.

Nuestros principales focos de emisiones directas son:

**Las  
calderas**

**Los equipos de  
climatización**

**Las emisiones  
de los vehículos**



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

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

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

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



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

**Compromiso con el planeta**

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos

## Indicadores de emisión

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

### Alcance 1

Incluye emisiones de GEI procedentes de fuentes de emisión que pertenecen o son controladas por la organización, derivadas en este caso del consumo de gas natural y gasóleo, las emisiones de GEI directas de vehículos propios y las emisiones consideradas de las fugas de los gases refrigerantes empleados en los sistemas de refrigeración.

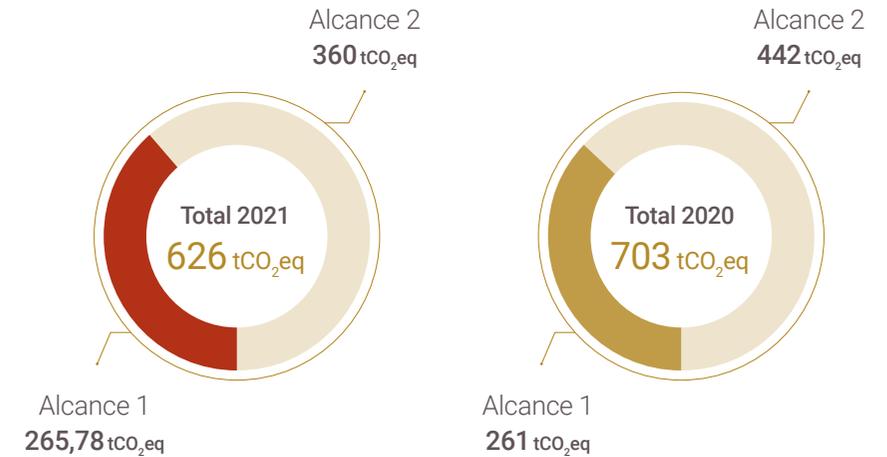
### Alcance 2

Incluye emisiones indirectas de GEI producidas por la generación de la electricidad, calor o vapor de origen externo y consumido por la organización. En nuestro caso, nos referimos únicamente al consumo de energía eléctrica.

### Alcance 3

Incluye otras emisiones indirectas que, siendo consecuencia de las actividades de la organización, se originan en fuentes de GEI que pertenecen o son controladas por otras organizaciones. En nuestro caso, identificamos las materias primas, el packaging (botellas, tapones y tapas, etiquetas, cajas y estuches), los viajes de trabajo y vehículos de empresa, los residuos generados, el equipamiento informático y de oficina (papel) y la distribución a cliente primario (almacén logístico nacional y clientes internacionales "no ex works"). Por el momento, se ha trabajado este alcance únicamente considerando algunas de las plantas.

## Emisiones totales de alcance 1 y 2 del Grupo Zamora Company



Creando valor 2021

Nuestras marcas conscientes

El Grupo Zamora Company

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

**Compromiso con el planeta**

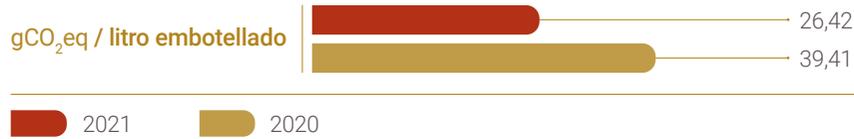
Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

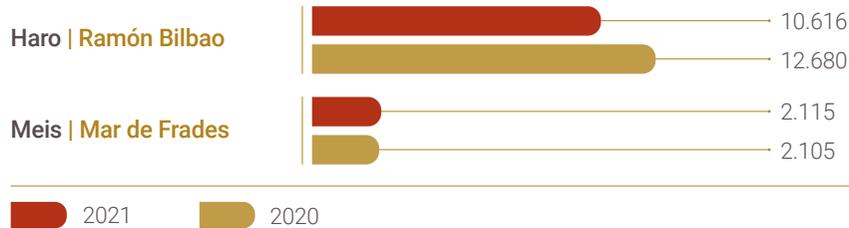
Anexos

### Emissiones de alcance 1 y 2 por producto

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



### Emissiones totales de alcance 1, 2 y 3 (tCO<sub>2</sub>eq)



Zamora Company incluye como uno de sus objetivos estratégicos el cálculo de la Huella de Carbono corporativa en sus tres alcances, lo cual nos permitirá identificar nuestras principales fuentes de emisión y situación específica de cada una de nuestras plantas, enfocando nuestros esfuerzos hacia lo más importante: la reducción y la posible compensación de estas emisiones.



## Circularidad

**Queremos incrementar la sostenibilidad en toda nuestra cadena de valor, aplicando la innovación y el ecodiseño, en una apuesta firme para acelerar la transición necesaria y urgente hacia una economía circular.**

El concepto de *anima* a mantener los recursos en uso el máximo tiempo posible, extraer el máximo valor de ellos en su ciclo de vida, y finalmente recuperar y regenerar los materiales en el fin de su vida útil; es un diseño basado en la restauración y la regeneración.

La actividad de Zamora Company es totalmente compatible con el enfoque de la economía circular, manteniendo los recursos en uso el máximo tiempo posible, extrayendo el máximo valor de ellos en su ciclo de vida, y finalmente recuperando y regenerando los materiales en el fin de su vida útil.

Asumimos el reto que plantea **pasar de un modelo de producción lineal a un modelo circular**, siendo conscientes de que es clave para salvaguardar el entorno y alcanzar los objetivos urgentes de descarbonización de la economía.



**Caminando cada día hacia  
una economía circular**



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Packaging

**En 2021 han visto la luz varias de las iniciativas enfocadas a minimizar el impacto ambiental de nuestros envases, analizando todo el ciclo de vida de los productos.**

Tenemos en cuenta la **huella ambiental** asociada a la producción, distribución y consumo, con el fin de minimizarla y aplicando **criterios de sostenibilidad** en todos nuestros proyectos de Innovación y aplicando las claves del **ecodiseño**:

- **Envases más ligeros** para reducir el 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.

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

### Botellas de vidrio

Proyecto de colaboración con Ecovidrio ligado al estudio de aligeramiento de nuestros modelos de vidrio, tanto personalizado como estándar, y la posible repercusión de estas iniciativas en el proceso productivo y en la comercialización y distribución de los productos asociados a dichos envases. Es un proyecto global y a desarrollar por las plantas de producción, de inicio e ideación en 2021 y desarrollo a lo largo de 2022 y 2023.

#### **Aligeramiento de nuestra botella de 70 cl. de Licor 43**

En 2021 iniciamos un proyecto de aligeramiento de la botella de Licor 43, uno de nuestros top compras/ventas, en su formato 70 cl. Lanzada con éxito en 2022, se ha aligerado de 490gr a 460gr, lo que supone un 6,1% menor peso.



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientes**Compromiso  
con el planeta**Proveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

### Botellas personalizadas gama Bodegas y gama Licores

Se ha realizado durante 2021 un exhaustivo análisis de nuestras botellas personalizadas más utilizadas, y como resultado se ha aprobado la optimización, racionalización, unificación, y en algunos casos el aligeramiento, de muchos de los modelos utilizados en nuestras bodegas. Dichos modelos verán la luz a medida que avance 2022.



### Revisión de fichas logísticas y paletización

En 2021 se ha comenzado un estudio para la optimización de las fichas logísticas resultantes de los productos de Zamora Company, analizando toda la cadena de producción desde mosaico de paletización hacia atrás, para el estudio óptimo de troqueles de cajas, y finalmente de planos de botellas.



### Cartón ondulado

Revisión de calidades de cartón con nuestros proveedores habituales.

- **Estudio de las calidades de cartón** utilizadas hasta la fecha para todas las gamas de productos de la compañía, con el objetivo de estandarizar, racionalizar, optimizar y reducir las toneladas de cartón utilizadas al año en nuestros productos.
- Se unifican las **calidades y espesores de papel** utilizados tanto en los papeles liner (externos) como en las ondas (interiores): ahorro superior a 10 toneladas de cartón en 2021 proyectado a 2022 superar las 50 toneladas de ahorro.
- Se reduce el **nº de tintas** en los diseños de cajas, así como el uso de masas de tinta sobre las cajas de cartón, en todas las divisiones y marcas, lo que ayuda a aumentar la resistencia del cartón y, por tanto, favorece la reducción de gramajes de papeles vírgenes y reciclados. Se ha puesto en marcha en 2021 para algunas de nuestras marcas de Vino más destacadas. Para el resto de las referencias, se comenzará en 2022.
- Uso de **Kraft crudos**, lo que elimina procesos de blanqueados y lavados del papel, supone un ahorro considerable de agua en los procesos, y en definitiva deriva en un cartón más sostenible. Se ha puesto en marcha en 2021 para algunas de nuestras marcas de Vino más destacadas. Para el resto de las referencias, se comenzará en 2022.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Material plástico

- **Sleeves:** se realiza un estudio, pruebas, fabricaciones, impresiones y aplicaciones sobre botella, y se acuerda la utilización de material con al menos un 30% del mismo procedente de PET reciclado.
- **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. Se estima una reducción total anual de 1,4 toneladas de plástico, fruto de la reducción en el peso de estos tapones.



## Material publicitario sostenible

- Se priorizan criterios de compras en materiales de **papel/cartón/madera** y se establece la necesidad de compra de productos publicitarios en base a estos materiales y únicamente bajo la **Certificación FSC (Forest Stewardship Council)**.
- Este criterio se ha introducido en 2021, alcanzándose un 80% de compra tipo FSC y con previsión del 100% en el 2022.
- **Eliminación de bolsas de plástico polybag** en todos los materiales POS, como procedimiento interno. En 2021 se introduce este requisito y se alcanza un 75% de compra exenta de bolsa polybag. Mandatorio para 2022 al 100% de compra.
- **Sustitución de plástico común por materiales en base a papel/cartón/madera/PLA (termoplástico biodegradable)**. En su defecto se prioriza el uso de materiales plásticos reciclados, RPET u otros. Sustitución exitosa en 2021 con 35 actuaciones en este sentido; el objetivo marcado para 2022 es alcanzar un 50% de utilización de PLA frente a plástico común.



## Pallets: Modelo logístico eficiente y sostenible

Esta actividad comenzó en 2020 con uno de nuestros partner logístico de pallets, y en 2021, gracias a este modelo logístico eficiente y sostenible (\*):

 42

Evitamos 42 t de CO<sub>2</sub> por transporte eficiente, lo que equivaldría a más de 38.000 km en camión

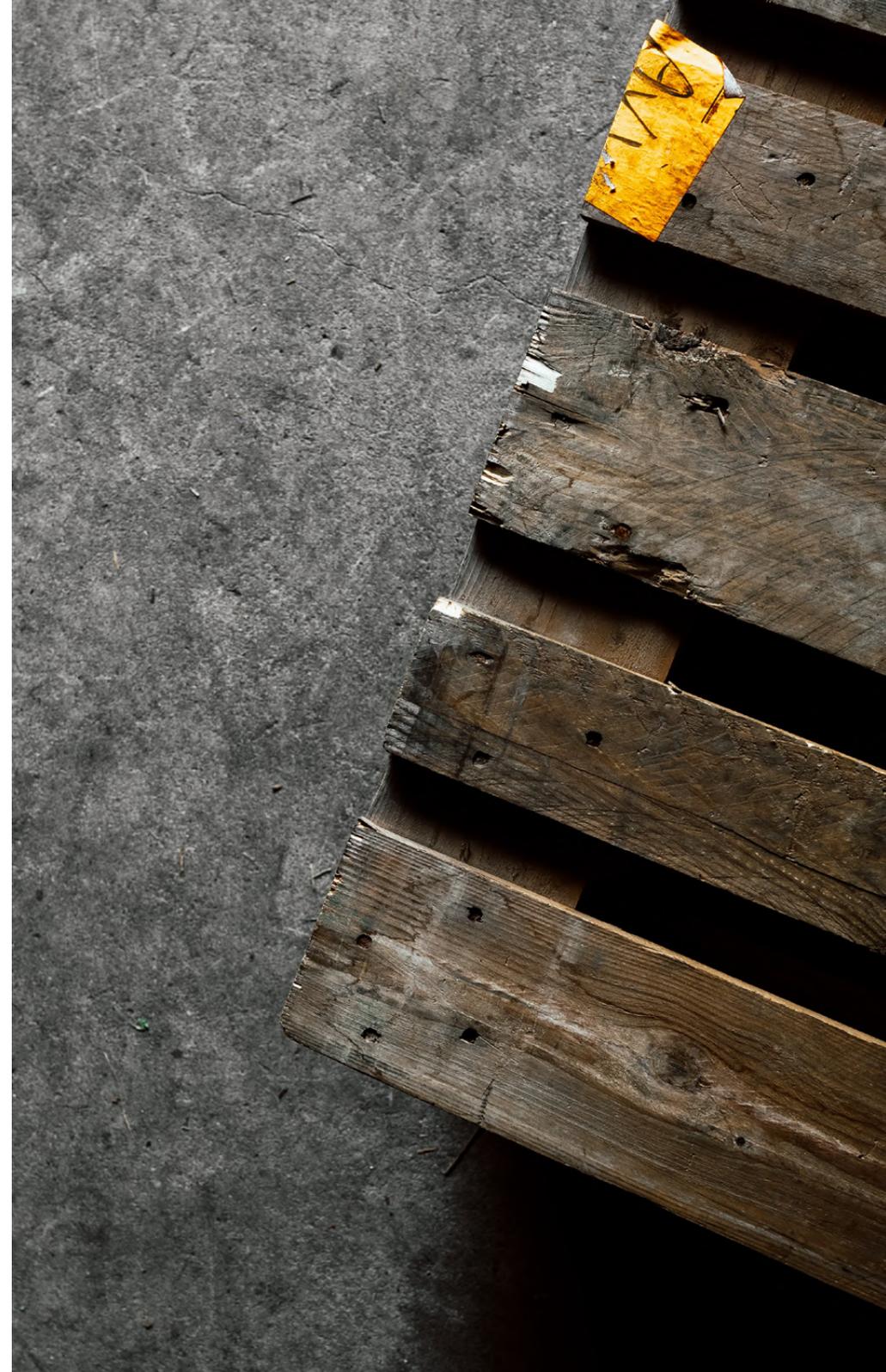
 3,2

Evitamos 3,2 t de residuos gracias al uso de este sistema circular basado en la reutilización y la regeneración

 35,1

Ahorramos 35,1 m<sup>3</sup> de madera, el equivalente a 34 árboles

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



## Residuos

### Objetivo Residuo Cero en 2025.

Identificación de residuos derivados de nuestras actividades:

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

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

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

**Un 94% de nuestros residuos son valorizados, mientras que solo un 6% va a vertedero o necesita tratamiento para su eliminación.**

### Indicadores de generación de residuos

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

\* 23.500.805 l embotellados en 2021.

En el ejercicio 2021 se ha incrementado ligeramente el porcentaje de residuos a reciclaje o recuperación, y se ha llegado al 94,4% frente al 93,3% del año anterior.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

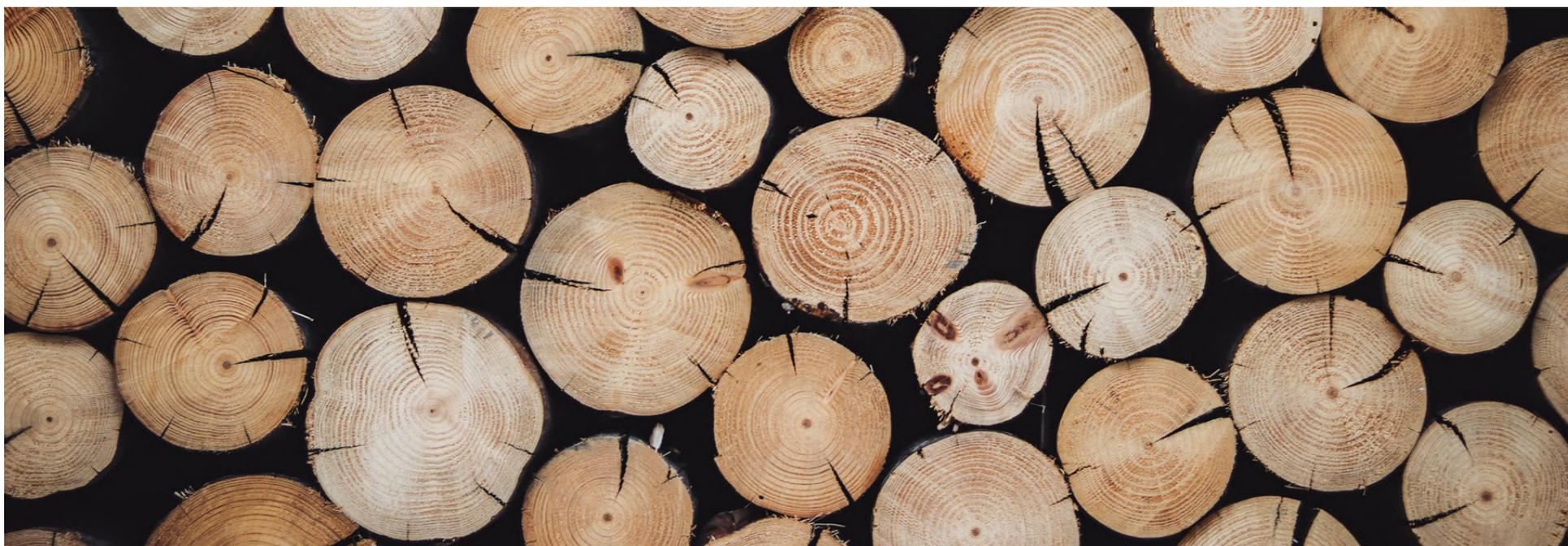


## Subproductos orgánicos

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

## Residuos sólidos reciclables

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



**Residuos sólidos no reciclables**

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

Gracias a la mencionada colaboración con nuestro proveedor logístico, hemos logrado evitar en el año 2021 la generación de 3,2 t de residuos y ahorrar 35,1 m<sup>3</sup> de madera, el equivalente a 34 árboles.

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

Concretamente, los residuos derivados de productos fitosanitarios considerados envases de naturaleza peligrosa, son gestionados por el sistema de recogida autorizado a nivel nacional, y suponen únicamente un 0,03 % del total de residuos generados.

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Vertidos líquidos

### Objetivo vertido cero a cauce público.

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

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

Otras plantas vierten a cauce público tras un proceso de depuración. Es el caso de la bodega de Haro, donde se cuenta con depuradora propia. El sistema es sometido a control continuo y se cumplen los parámetros legalmente establecidos, previo al vertido a cauce público.

En algunos casos se realiza un vertido directo a cauce público, pero en todos los casos éste es también sometido a control continuo y se cumplen los parámetros legalmente establecidos para el vertido directo.

Como ya se ha mencionado anteriormente y dada la situación actual en cuanto a la carga contaminante de nuestros vertidos líquidos y el control que ejercemos sobre ellos, no se han identificado como aspecto ambiental significativo ni se han detectado riesgos asociados.

## Consumo de agua

### Nuestros sistemas de riego inteligente nos ayudan a consumir la cantidad exacta de agua que precisan los cultivos.

El agua que se consume en las plantas procede principalmente de la red de abastecimiento municipal, lo cual supone más del 90 % del agua total consumida, mientras que el 10% restante es agua procedente de pozo, en ambos casos de acuerdo con las limitaciones locales.

### Indicadores de consumo de agua

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

| Consumo de agua                          | 2020      | 2021      |
|--|-----------|-----------|
| Total (m <sup>3</sup> )                  | 45.561,88 | 50.965,78 |
| Por actividad (l agua por l embotellado) | 2,45      | 2,17      |



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



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

Se han seguido aplicando medidas para el ahorro en el consumo de agua, tales como equipos de limpieza de depósitos de circuito cerrado, dosificadores en las bocas de las mangueras, control sectorizado de las zonas de consumo de agua en cada planta y adquisición de fregadoras automáticas para suelos, a la vez que se ha mantenido la concienciación y formación del personal.

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

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

## Fertilizantes y fitosanitarios

**Apostamos por una agricultura biodinámica para desarrollar las labores agroindustriales de forma responsable con los recursos naturales y sin emplear sustancias químicas como fertilizantes, pesticidas o transgénicos.**

El tratamiento preventivo en los viñedos es nuestra apuesta para eliminar el consumo de fitosanitarios, además de la sustitución de estos por otras alternativas de productos orgánicos.

Como ejemplo, en Ramón Bilbao y en Mar de Frades no utilizamos abonos químicos, sino que todo el abono que se utiliza es de origen ovino.

Otro ejemplo es el uso de caldo bordelés y la infusión de ortigas como preventivo para luchar contra el Mildiu y el Oídio, las dos enfermedades más frecuentes en La Rioja los años lluviosos y húmedos.

Como medida preventiva también aplicamos prácticas como la **confusión sexual en los viñedos**, que nos ayuda a controlar ciertas plagas que afectan a la vid.

De cara al futuro y para respetar lo máximo posible nuestro entorno, es vital la formación a nuestros viticultores, con los que trabajamos y aplicamos de manera precisa los tratamientos preventivos.



## Otras materias primas

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

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

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

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

En 2021 Zamora Company adquirió un total de 18.202,63 toneladas de estas materias primas, de las cuales, más de 11.000 han sido materias vegetales, del orden de 2.900 han sido alcohol, y el resto se distribuye entre aromas y otros compuestos.





## Protección de la biodiversidad

### Nuestros centros productivos están bien asentados en su entorno y tienen un **efecto positivo en la biodiversidad.**

Desde hace años, en Zamora Company se viene trabajando en un completo programa de **viticultura sostenible** para reducir la posible afección al medio derivada de la actividad agraria.

Como una política de apoyo a comunidades locales, se está estudiando la regeneración y/o **mantenimiento de los ecosistemas endémicos en viñedo**, para favorecer la fauna y la flora asociada al cultivo y al entorno del viñedo, aportando además un beneficio ecológico a los cultivos (control natural de plagas y de flora asociada) Mantenemos algunas hectáreas de producción como 100% ecológicas.

A modo de ejemplo de algunas de las iniciativas acometidas, el compromiso de Zoco con la producción de endrinas 100% navarras tiene un efecto directo en la biodiversidad y el favorecimiento del policultivo para los agricultores de la zona. Asimismo, en la planta de Dicastillo está implantado un sistema de control biológico de la vegetación de la finca con dos equinos, evitando el uso de herbicidas y de combustibles fósiles en tareas de desbrozado, y apoyando a la vez una especie en extinción y de uso tradicional en el medio rural en donde nos encontramos.



**Nos esforzamos innovando  
para tener un efecto positivo  
en la biodiversidad**



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientes**Compromiso  
con el planeta**Proveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

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

En el año 2021 se adquirió un 22% más de vegetales que en el periodo 2020, lo que supone **más de 11.000 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 al medio rural de nuestro entorno.

“Siguiendo la receta artesanal y original de nuestros antepasados, nuestro limoncello es creado hoy con nuestros limones IGP Ovale di Sorrento de Sorrento, y empleando las mismas fórmulas que lo vieron nacer hace ya más de un siglo: **fidelidad a nuestra tierra y devoción por sus ingredientes naturales**”

**Joke Ghysens**

Global Brand Manager Villa Massa



Otra muestra de nuestro cuidado del entorno es la iniciativa ya mencionada anteriormente sobre **aplicación del abono orgánico de oveja en los viñedos**, el cual permite reponer los nutrientes extraídos con la producción de uva, mejorar la actividad biológica del suelo y por tanto su estructura y su capacidad para nutrir a la planta. Sus efectos están presentes durante unos cinco años, de forma que se acumulan en el suelo sustancias húmicas de lenta degradación. Además, este tipo de abono mejora las propiedades de retención de aguas, regula el pH, regula la temperatura del suelo y mantiene su sanidad.

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

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

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

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

De esta manera podemos controlar el vigor de la planta, zonificación, la capacidad fotosintética de la planta, el estado sanitario, color,



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

**Compromiso  
con el planeta**

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos

rendimientos, e incluso hacer una predicción de la vendimia, así como tratar alguna enfermedad de manera muy localizada.

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

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

Como iniciativa de **compromiso con la biodiversidad**, es destacable el programa sostenible **Conscious de Mar de Frades**, que ya ha sido mencionado anteriormente y en el que se refleja de manera muy particular este compromiso, apostando por la diversificación de hábitats, por ejemplo, con la implantación de cubiertas vegetales, para favorecer el control biológico de plagas e impedir la proliferación de especies exóticas invasoras. Paralelamente, Mar de Frades desarrolla acciones para la protección de las camelias, aumentando el cultivo de sus variedades con el fin de preservar la especie, llegada a Galicia a finales del siglo XVIII desde China o Japón.

Pero es que además de la tierra en la que se cultiva, Mar de Frades debe su carácter salino y atlántico al mar que acaricia sus viñedos, ya que sin su influencia no sería el mismo vino.

Por ello, ante el problema del plástico como elemento invasor de los océanos, en 2021 se lanza el proyecto **Sea-Conscious de Mar de Frades**: un proyecto enfocado a la problemática de la contaminación de los océanos, que ha querido concienciar sobre nuestro estilo de vida, enviando a la vez un mensaje de esperanza.



# 8 Proveedores **conscientes**





# Proveedores conscientes

Queremos trabajar de manera colaborativa con **proveedores que compartan nuestras prácticas sostenibles.**



**Miguel Ángel  
del Cano**  
Director de Compras

“Nuestros proveedores han de compartir nuestros valores, garantizando responsabilidad y compromiso social y ambiental acorde con el plan de Empresa Consciente de Zamora Company.

Por ello, en 2021 hemos afianzado nuestro **Modelo de compras sostenibles**”

Mantenemos nuestras líneas estratégicas para seguir avanzando en una gestión responsable y sostenible de nuestra cadena de suministro:

- Compra y contratación con criterios de sostenibilidad.
- Proveedores como partners de nuestro negocio.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

**Proveedores  
conscientes**

Filantropía y  
acción social

Anexos

## Nuestra cadena de suministro

### Clave del éxito de nuestra organización.

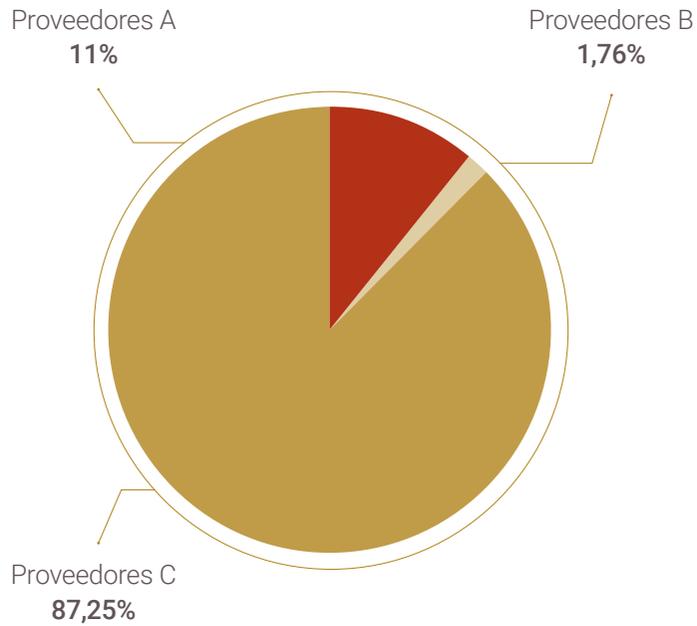
La actividad de Grupo hace que la cadena de suministro sea uno de los pilares más importantes dentro la compañía. La buena gestión y el valor que aporta la misma, es sin duda, una de las piezas claves del éxito de la organización, y por ello las políticas, procedimientos, e iniciativas que inciden sobre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

En 2021, Zamora Company contó con **más de 1.000 proveedores**, sumando proveedores de productos y servicios, y un **importe total de compras superior a los 30 millones de euros**.

**La cadena de suministro  
como pilar clave de  
nuestra compañía.**



Disponemos de una clasificación de proveedores agrupados en 43 categorías diferentes por tipologías de productos y servicios.

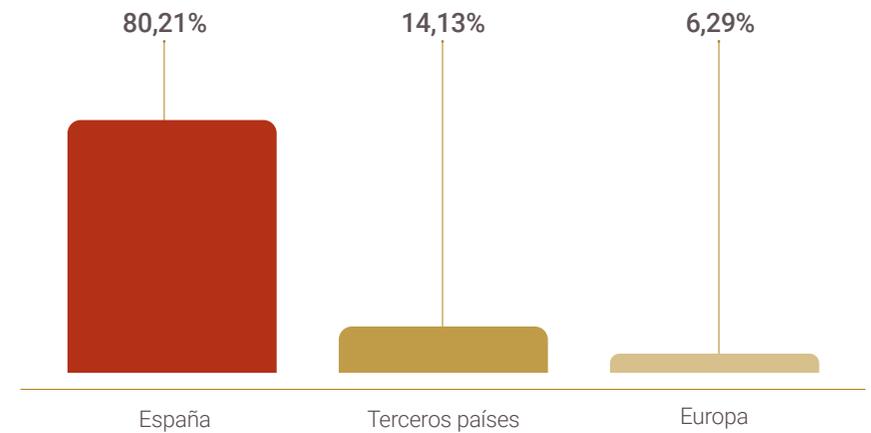


**Clasificación ABC**

|                                       |        |
|---------------------------------------|--------|
| Proveedores A > 1.000.000€            | 11%    |
| Proveedores B > 500.000€ < 1.000.000€ | 1,76%  |
| Proveedores C > 500.000€              | 87,25% |

Observando la cadena de suministro de Zamora Company se aprecia claramente, como estrategia de abastecimiento y contratación, nuestra **apuesta por los proveedores locales**, dentro del ámbito español y/o europeo, acorde con el compromiso de sostenibilidad.

**Proveedores 2021: País de Origen**



**País de origen**

|                 |        |
|-----------------|--------|
| España          | 80,21% |
| Europa          | 14,13% |
| Terceros países | 6,29%  |



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

**Proveedores  
conscientes**

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Compra y contratación responsable

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

**En 2021 hemos comenzado a trabajar con el Modelo de compras sostenibles de Zamora Company.**

Tenemos claro que la colaboración estrecha con nuestros proveedores es el camino para continuar creando valor también en la cadena de suministro.

El desarrollo de un modelo responsable y sostenible de gestión de proveedores forma parte de los procesos clave de Zamora Company, por lo que su selección, homologación y evaluación, son aspectos críticos en la gestión global de nuestro negocio, a pesar de la dificultad que entraña el disponer de proveedores en todos los mercados, con sus evidentes diferencias legales y culturales, apostamos por la unificación de criterios y por extender las mejores prácticas a nuestros socios comerciales.

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

Este **Código Ético** recoge de manera explícita nuestras **pautas de actuación con nuestros proveedores**, así como los **requisitos y compromisos** que ellos asumen por su parte.

Zamora Company se relacionará con los proveedores de bienes y servicios de forma ética y lícita, y siempre a través de procedimientos transparentes. El Grupo seleccionará únicamente proveedores cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana, no incumplan la Ley y no pongan en peligro la reputación de las empresas del grupo.

Asimismo, los proveedores deberán responsabilizarse de que las empresas subcontratadas trabajen bajo las normas promovidas por el Código de conducta y dentro del marco legal correspondiente. Para ello, seguimos trabajando para implementar mecanismos eficientes que nos aseguren el control de este aspecto.

Nuestros proveedores 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.





## Todo proveedor del Grupo Zamora Company deberá promover y respetar los siguientes principios



Eliminar toda forma de trabajo infantil.



Erradicar cualquier tipo de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.



Evitar la discriminación en cualquier tipo de puesto de trabajo.



Respetar los horarios máximos de trabajo y sueldos mínimos establecidos.



Garantizar que sus empleados desarrollan su trabajo los estándares de seguridad e higiene.



Respetar los derechos de los empleados a asociarse, organizarse o negociar colectivamente sin que sufran por ello ninguna clase de sanción.



Obtener y mantener los permisos ambientales para la operatividad de su empresa en caso de ser requeridos, controlando sus impactos ambientales y cumpliendo la legislación correspondiente.



Mantener un enfoque preventivo para la protección medioambiental, adoptar una mayor responsabilidad ambiental y favorecer tecnologías respetuosas con el medio ambiente.



Evitar ser partícipe de cualquier tipo de corrupción, extorsión o soborno.



Además de estas pautas básicas establecidas en nuestro Código Ético, el Grupo cuenta con un **Procedimiento de Compras y Homologación de Proveedores** para, entre otros aspectos de la operativa y la productividad, vigilar el cumplimiento de los anteriores puntos establecidos en materia social, de igualdad y de respeto por el medio ambiente.

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



El alcance de dicho procedimiento abarca:



La compra de materias primas.



La compra de materiales auxiliares y promocionales.



La subcontratación de servicios.

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



De forma ética y responsable.



Con el mayor nivel posible de rigor, objetividad, transparencia y profesionalidad en la relación con los proveedores.



Trabajando en procesos de mejora continua en colaboración con los proveedores.



Mensajes

Memoria de Empresa Consciente 2021

Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

**Proveedores  
conscientes**

Filantropía y  
acción social

Anexos



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

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

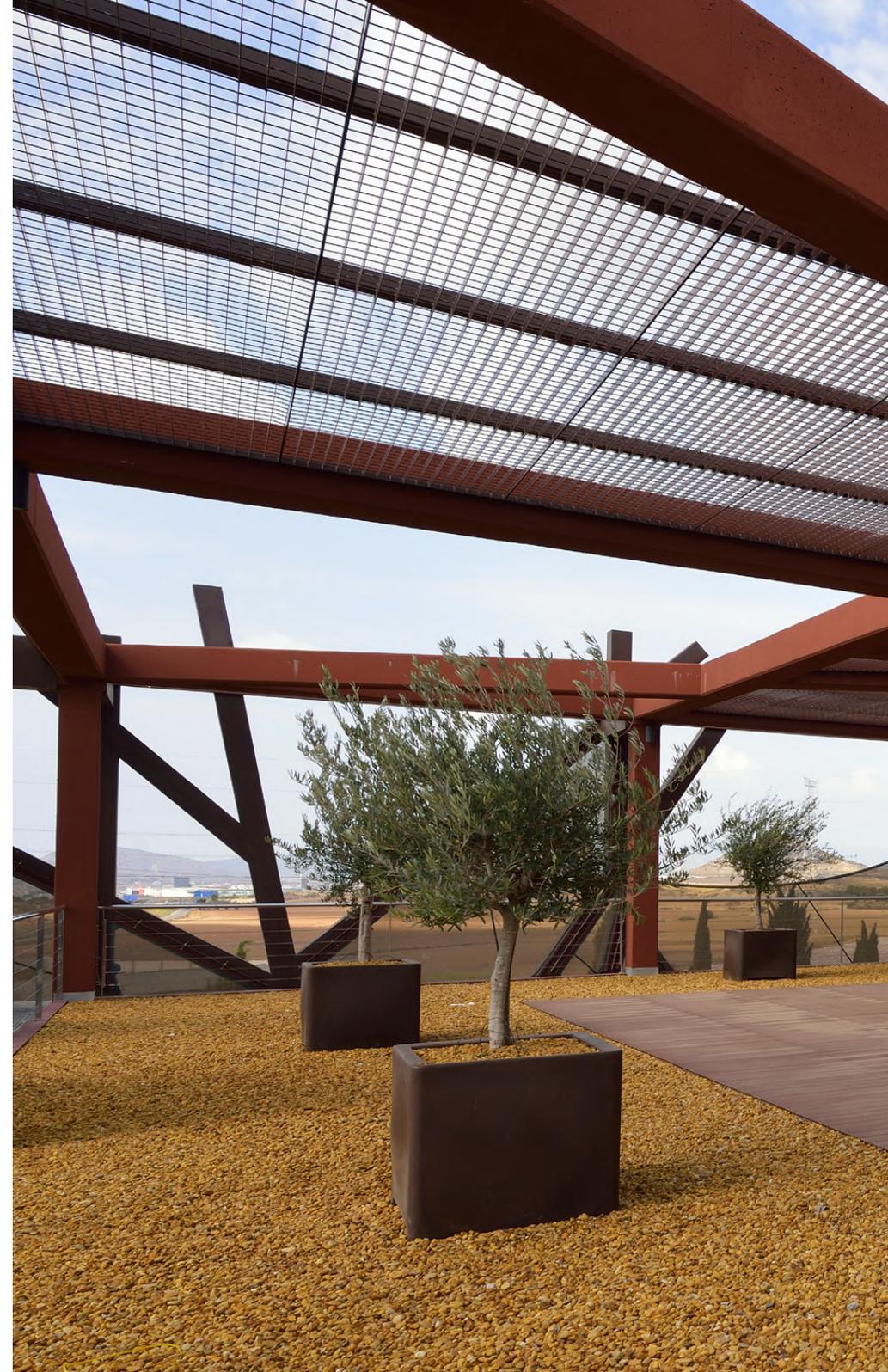
En 2021 se ha trabajado en la mejora de herramientas de análisis y metodología unidas al plan estratégico de compañía, entre otras, lo que tiene que ver con el correcto tratamiento de los proveedores en nuestro sistema, la mejora de la trazabilidad y de las comunicaciones con ellos relativas a especificaciones de productos, lotes, comunicación o tramitación de incidencias o de cualquier tipo de información.

Asimismo, en 2021 hemos comenzado a trabajar con el **Modelo de compras sostenibles de Zamora Company**, basado en la Identificación, control y seguimiento de riesgos ambientales y sociales en la cadena de suministro.

Hemos trabajado en las siguientes fases:

## 1 | IDENTIFICACIÓN

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



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planeta**Proveedores  
conscientes**Filantropía y  
acción social

Anexos

Fruto de esta primera fase, identificamos ya en 2021 a 26 proveedores evaluados positivamente, aproximadamente un 2,5% de los proveedores de la compañía.

## 2 | AMPLIACIÓN

Ampliar dicho estudio a todos los proveedores de tres grandes grupos, identificados como **Grupos Clave** dentro de este modelo específico de compras sostenibles, por estar definidos como estratégicos en base al Plan Estratégico de Compras, y por considerarse de mayor relevancia desde el punto de vista de riesgos relativos a la sostenibilidad:

- **Proveedores de material Packaging:** engloba a todos los proveedores de Zamora Company suministradores de materiales de envase y embalaje de nuestras listas de materiales de productos, ya sean embalaje primario, secundario o terciario, como parte del proceso productivo necesario para la elaboración de estos.
- **Proveedores de materia prima:** engloba a todos los proveedores de materia prima del Grupo, que componen nuestras listas de ingredientes de nuestros productos, bien como ingredientes principales, secundarios, o incluso los de uso muy limitado.
- **Proveedores de material publicitario, VAPS, POS:** engloba proveedores que suministran cualquier tipo de material publicitario o de consideración merchandising, que puedan ser parte o no de packs promocionales con productos de Zamora Company, o bien materiales destinados a la promoción, visibilidad o cualquier tipo de acción de marketing de la compañía.

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

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

En 2022 se continuará avanzando en esta línea, con vistas a disponer de un mapa completo y exhaustivo de nuestra cadena de suministro en materia de sostenibilidad, adelantándonos a la próxima normativa en materia de **debida diligencia en sostenibilidad**, y garantizando contar con unos **proveedores conscientes** de acuerdo con nuestro modelo de Empresa Consciente.

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.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

**Proveedores  
conscientes**

Filantropía y  
acción social

Anexos

# Proveedores como partners de nuestro negocio

Estamos transformando las relaciones con nuestros proveedores, adoptando planes de trabajo conjuntos, fomentando la **colaboración** y la **mejora continua**.

“Estamos inmersos en **afianzar el nuevo modelo de compras**, prestando especial atención a todo lo que tiene que ver con el packaging, así como con un **modelo logístico cada vez mas eficiente y sostenible**, a través de un trabajo colaborativo mano a mano con nuestros suministradores”.

**Carmen Paredes**  
Corporate Purchasing Manager



## Nuestros planes de trabajo colaborativos con nuestros proveedores se basan en 4 pilares fundamentales

### 1 | LARGO PLAZO

Partners 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 | SOSTENIBILIDAD

Como compromiso mutuo y objetivo común destacado.

### 4 | COMPROMISO SOCIAL

Firme en nuestras actividades.



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planeta**Proveedores  
conscientes**Filantropía y  
acción social

Anexos

Como prioritario para impulsar este cambio, identificamos actualmente dos líneas de trabajo críticas para el Grupo:

## Packaging

## Distribución sostenible



En los dos ámbitos de trabajo hemos desarrollado ya acciones concretas con impacto cuantificado, como es el caso de nuestro proveedor logístico de pallets, socio estratégico que proporciona soluciones logísticas para la cadena de suministro.

En el año 2021, gracias a este **modelo logístico eficiente y sostenible** logramos minimizar nuestros impactos ambientales.

Otras iniciativas enfocadas al **impacto ambiental del packaging** pasan por la colaboración con proveedores especializados, con los que estamos ya trabajando y con los que esperamos pronto convertirnos en aliados para soluciones innovadoras en nuestros envases.

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



# 9 Filantropía y acción social



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

**Filantropía y  
acción social**

Anexos

## Filantropía y acción social

Mantenemos nuestro compromiso de destinar en torno **al 2,5% del beneficio neto de la compañía a acciones sociales** enfocadas a los colectivos más necesitados de nuestras áreas de influencia empresarial en España.

**Nuestras líneas estratégicas de compromiso con la sociedad y con las comunidades locales:**

- **Filantropía corporativa** transversal a toda la compañía.
- **Apoyo a colectivos vulnerables** para la inserción laboral y la cobertura de necesidades básicas.
- Patrocinio y **apoyo a la cultura y el arte.**



En **Zamora Company** sentimos como parte de nuestra identidad un **fuerte compromiso social.**

La filantropía corporativa está muy arraigada en la compañía, y a través de una acción social integrada en nuestra actividad, **apoyamos a las comunidades locales** y a **colectivos vulnerables**, a la vez que apostamos firmemente por la **cultura y el arte”**

**Marisa Almazán**  
Conscious Company Manager



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

**Filantropía y  
acción social**

Anexos

## Filantropía corporativa

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



## Donación de más de 450.000€ repartida entre diversos colectivos y entidades sociales.

En 2021, la acción social del Grupo se ha centrado en, seguir apoyando iniciativas de ayuda a la población más desfavorecida, destinando más de 450.000 euros en diferentes proyectos de Cáritas, Banco de Alimentos y Cruz Roja, entre otros, dirigidos a ayudar a familias en situación de vulnerabilidad, proporcionar alimentos y artículos de primera necesidad, facilitar la inserción laboral y contribuir a la formación ocupacional.

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

Zamora Company ha recibido un reconocimiento por parte del Ayuntamiento de Cartagena por la colaboración prestada durante la pandemia.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

**Filantropía y  
acción social**

Anexos

Por su parte, también nuestras marcas realizaron sus propias iniciativas de acción social, tales como las siguientes:

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

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

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

**Campaña de apoyo a la hostelería** durante las fiestas navideñas; nuestras bodegas Ramón Bilbao, Mar de Frades y Cruz de Alba llevaron a cabo una campaña denominada **"Brindar contigo, nuestro mejor regalo"**, con el propósito de dinamizar el consumo en locales hosteleros de nuestro país, así como poner en valor el empeño y vigor de un sector tan relevante en la forma de vida y en la economía de nuestro país.

“Queríamos reconocer el papel fundamental de los hosteleros de España. La campaña **‘Brindar contigo, nuestro mejor regalo’** ha sido nuestro granito de arena para apoyarles y que nos sientan cerca, como ha sido siempre a lo largo de nuestros casi 100 años de existencia”



**Carlos Gallego**  
Director Comercial España



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

**Filantropía y  
acción social**

Anexos

# Compromiso con el desarrollo local

**Permanecemos atentos a las necesidades de las comunidades donde operamos y a nuestras oportunidades de contribuir a su desarrollo.**

## Materia prima local

Hay que destacar el impulso que la compañía propicia para las comunidades locales donde opera, a través de la compra de **producto local** como materia prima.

Solo en el año 2021 se adquirieron **más de 11.000 toneladas de vegetales ligados a la zona geográfica** en donde se ubican las diferentes plantas de producción: uvas, endrinas y limones, lo cual supone un verdadero compromiso y apoyo a las comunidades locales y al medio rural del entorno donde están ubicadas nuestras plantas productivas.

Como ejemplos, el Grupo es la única empresa acogida a la marca de calidad I.G. Pacharán Navarro que elabora toda su producción con endrinas 100% navarras,

y 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.

## La cultura del vino está íntimamente ligada al desarrollo social y económico

En el caso de los vinos, la cultura del vino es el 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.

“La cultura del vino está íntimamente ligada al desarrollo social y económico. En el caso de los vinos, **la cultura del vino es el 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 de origen, bien Rioja, Rueda, Ribera o Albariño.”



**Pilar González de Mendoza**  
Responsable Compras  
y Calidad Vinos



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

**Filantropía y  
acción social**

Anexos



## Enoturismo sostenible

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.

Como ya se ha mencionado en el capítulo 6 de esta Memoria, relativo a clientes y consumidores —experiencia de cliente—, 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.

## Apoyo a la cultura local

Todas 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.

Fortalecemos nuestra implicación social:

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

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

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

“Nuestra actividad está íntimamente ligada al entorno natural y social que nos acoge. Siempre hemos procurado la **protección y el crecimiento socioeconómico** de nuestro entorno. **Queremos que sea nuestro legado de futuro a la sociedad y al planeta**”



**Carmelo San Martín Gil**  
Gerente Corporativo de  
Calidad y Medio Ambiente



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planetaProveedores  
conscientes**Filantropía y  
acción social**

Anexos

## Nuestro apoyo a la cultura y el arte

**A través del patrocinio y la colaboración de nuestras marcas, en 2021 hemos seguido apoyando el cine y la moda española.**

En 2021 el Grupo ha mantenido su política de patrocinios en apoyo a la cultura y el arte.



## APOYO AL CINE ESPAÑOL **#MardeFradesdeCine**



Un año más, **Mar de Frades** vuelve a estar presente en el **Festival Internacional de Cine de San Sebastián**.

Fiel al compromiso de la bodega gallega con el mundo de la cultura en general y el cinematográfico en particular, el Albariño vuelve a ser colaborador de esta fiesta del cine mundial, en una edición atípica que ha seguido marcada por el Covid-19, en la que Mar de Frades aportará su carácter atrevido e innovador.

En este contexto, Mar de Frades diseñó una interesante **ruta de pintxos** por los principales bares y restaurantes del San Sebastián más gastronómico.

Este itinerario combina dos aspectos genuinamente donostiarros, como son la gastronomía de la máxima calidad y la afición por la gran pantalla.

De este modo, hemos llevado el maridaje de película entre Mar de Frades y los pintxos más innovadores a una veintena de establecimientos, demostrando nuestro compromiso con la ciudad, la gastronomía y el cine, con este homenaje a la alta cocina en miniatura, que ha seguido disponible una vez concluido el festival.



## IMPULSO A LA MODA ESPAÑOLA

Como parte del compromiso con la moda y el diseño español, Mar de Frades, un año más, patrocinador principal del certamen **MBFWMadrid 2021 - Mercedes Benz Fashion Week Madrid**, como vino oficial de la gran plataforma de la moda española.

### Ediciones limitadas de Mar de Frades

Desde 2011 la bodega gallega lanza al mercado su icónica botella azul en su vanguardista proyecto de Ediciones Limitadas, firmadas por grandes representantes de la moda española.

En 2021, la etiqueta de la última edición limitada de Mar de Frades ha sido obra del diseñador Moisés Nieto Narváez. Moda y vino se han aliado y el resultado sorprende a la vista.

Asimismo, el diseñador se ha encargado de confeccionar una selección de prendas que vestirá el equipo de la bodega de Rías Baixas y también un peto para 100 sommeliers de algunos de los restaurantes más prestigiosos del país, todo ello producido de manera ética y responsable.

El ubetense, Premio Nacional de Moda "Nuevo Valor" en 2017 y ganador de Who's On Next, ha tomado el testigo que otros diseñadores ya asumieron en el pasado para rediseñar la apariencia de Mar de Frades, en una colección de edición limitada que es ya objeto de coleccionismo. Duyos, Alvarno, The 2nd Skin Co. o Ágatha Ruiz de la Prada son algunos de célebres nombres que se encargaron de vestir a Mar de Frades en el pasado.

La propuesta de Moisés Nieto Narváez se inspiró en las sobremesas bajo la brisa del Atlántico y el respeto al planeta, apostando por la sencillez y el enorme poder evocativo en materia gastronómica del estampado



vichy. Se trata de un diseño que transmite mucho sobre el origen de nuestro Albariño en el Valle de Salnés, en viñas bañadas por la brisa del océano Atlántico, pero también sobre el placer de la gastronomía y de **las buenas sobremesas compartidas**, las que se alargan.

La alianza entre Mar de Frades y la moda suma así un nuevo capítulo. La influyente lista de diseñadores que han puesto su sello en la historia de la bodega, a lo largo de la última década, ha llenado de diseño vanguardista la elegante etiqueta de Mar de Frades Albariño. Una alianza, la de moda, vino y diseño, donde Mar de Frades ha sabido conjugar también su inherente apuesta por el mundo de la cultura y el arte, como demuestra también el patrocinio del **Festival Internacional de Cine de San Sebastián**, o la colaboración con diferentes publicaciones y patrocinio de diferentes eventos y premios relacionados con la vanguardia y el estilo.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

**Filantropía y  
acción social**

Anexos

**Licor 43** ha sido patrocinador de los **Premios Mujerhoy 2021**: un certamen que un año más ha reunido en el Hotel Rosewood Villa Magna de Madrid a los grandes nombres de la política, la empresa, las finanzas, el mundo del arte, del cine y de la moda de nuestro país.



## Apoyo al arte y concienciación medioambiental



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

## Patrocinios internacionales



En el plano internacional, hemos sido patrocinadores principales del **2020-2022 World Coffee In Good Spirits Championships (WCIGS)**.

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

Igualmente, en el plano internacional y con el fin de apoyar el arte y promocionar a artistas emergentes, en 2021 **Martin Millers Gin**

ha sido patrocinador de dos entidades de referencia en el mundo del arte:

- The **Affordable Art Fair** en Reino Unido y Suecia, con la misión de democratizar el mundo del arte y hacer que sea accesible para todos.
- The **Association of Women in the Arts (AWITA)**, con el objetivo de crear una comunidad de apoyo de mujeres profesionales que trabajan en las artes.



# 10 Anexos



# Anexo I. Acerca de este informe

## Principios para su elaboración

La Memoria de Empresa  
Consciente 2021 del Grupo  
Zamora Company se ha  
elaborado en conformidad  
esencial con los Estándares  
Internacionales GRI\*



\* Global Reporting Initiative ha publicado recientemente la actualización 2021 de sus Estándares GRI. Los cambios traerán consigo un aumento en la calidad de los reportes y una mayor adaptación a otras iniciativas y normativas internacionales. Entrarán en vigor a partir del 1 de enero de 2023, por lo que Zamora Company se adaptará a ellos en su futura Memoria de Empresa Consciente 2022.

Para establecer el contenido de la Memoria se han seguido los **siguientes principios GRI** de elaboración de memorias:

**1** Inclusión de los grupos de interés

**2** Contexto de sostenibilidad

**3** Materialidad

**4** Exhaustividad

## Alcance de la información

Esta Memoria Integra las actividades y los principales resultados del **ejercicio 2021** del **Grupo Zamora Company**, explicando su desempeño en el ámbito económico, ambiental y social.

Se presentan los resultados globales que abarcan las diferentes sociedades y unidades de negocio, nacionales e internacionales.

Las políticas corporativas y enfoques de gestión sobre los diversos aspectos son comunes para todo el Grupo.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

**Anexos**

## Equilibrio y comparabilidad de la información

Esta Memoria tiene como objetivo publicar un reporte equilibrado, preciso y coherente de nuestro desempeño, vinculado a los temas relevantes para el Grupo, para nuestros proyectos estratégicos y para nuestros grupos de interés. En ese sentido, es clave la comparabilidad de los datos y de la información facilitada, como herramienta de trazabilidad y evolución de los mismos.

Esta Memoria se ha elaborado con la implicación y participación de los responsables de las diferentes áreas de negocio, así como como con las consideraciones derivadas del diálogo con los

principales grupos de interés, lo que nos permitirá ir alineando cada vez mejor la información reportada con los aspectos relevantes para dichos grupos.

Hemos seguido trabajando en el proceso de consolidación de nuestro sistema de reporte interno de indicadores de sostenibilidad, aportando datos comparativos con el ejercicio anterior, que muestran de manera transparente la evolución en nuestro desempeño.

En cada ámbito se detalla el alcance de los datos, buscando la máxima precisión y comparabilidad de la información, así como la explicación pertinente en cada caso.

**Nuestro objetivo para futuras memorias es seguir mejorando el nivel de precisión y comparabilidad de la información aportada.**



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

Anexos



## Verificación externa

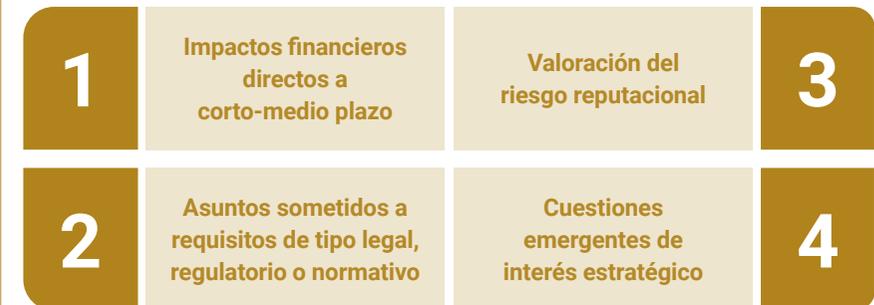
Esta Memoria no ha sido objeto de verificación externa en su totalidad, pero una gran parte de la información y de los indicadores que se aportan se encuentran asimismo formando parte del **Estado de Información No Financiera 2021**, documento público que ha sido **verificado por KPMG**, en su condición de prestador independiente de servicios de verificación, como respuesta al requisito de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad.

## Definición de Contenidos y Materialidad

El Grupo Zamora Company cuenta con una metodología propia que nos permite mantener actualizada nuestra matriz de materialidad, como herramienta integradora de los temas relevantes para el negocio y para los grupos de interés, así como definir a partir de ello los contenidos clave a trabajar, que continuaremos reportando con una periodicidad anual en nuestra Memoria de Empresa Consciente.

Este método permitirá a la organización disponer cada año de una lista objetiva de asuntos relevantes de creación de valor para los grupos de interés identificados, valorando la materialidad, la prioridad y el grado de cobertura de cada uno de ellos. Para ello, analizamos la importancia de los impactos económicos, ambientales y sociales, y si estos influyen de manera sustancial en las valoraciones y decisiones de los grupos de interés.

Las expectativas e inquietudes de nuestros grupos de interés las conocemos a partir de los diferentes mecanismos de comunicación y escucha implementados, mientras que para el análisis interno hemos considerado cuatro criterios básicos, a partir de los cuales se valora la relevancia de cada tema desde una perspectiva estratégica para la compañía:



Tras este doble análisis, interno y externo, los temas analizados los clasificamos, mediante un sistema de ponderación cuantitativo, en "Críticos, Significativos, Emergentes o Menores", representándose de manera visual en la matriz de materialidad, lo cual nos permite priorizar y definir áreas de riesgo/oportunidad.

Los resultados del año 2021 se muestran en el capítulo de esta Memoria correspondiente a "**Nuestro modelo de Empresa Consciente**".



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

**Anexos**

# Contacto

La responsabilidad de la elaboración de esta Memoria recae sobre el área de **Empresa Consciente, Dirección de Identidad Corporativa. Sus contenidos están consensuados y validados** por las áreas de negocio correspondientes.



Para más información:

**Marisa Almazán**  
Conscious Company Manager



**+34 913 821 356**

[marisa.almazan@zamoracompany.com](mailto:marisa.almazan@zamoracompany.com)



C/ Pléyades 23, 28023, Aravaca, Madrid – Spain

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



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

**Anexos**

# Agradecimientos

**Un año mas publicamos nuestra Memoria de Empresa Consciente,  
muy agradecidos por su implicación a todos los profesionales y  
colaboradores del Grupo Zamora Company que lo han hecho posible.**

**Apasionados de lo que hacemos y orgullosos de cómo lo hacemos.**

**¡Gracias, equipo!**



## Anexo II. Índice GRI Trazabilidad de la información

A continuación, se muestra la relación de los contenidos de esta Memoria con los **Estándares GRI** de los que se ha hecho uso.

**GRI 102: Contenidos generales.**

**GRI 103: Enfoque de gestión.**

**GRI 200: Estándares temáticos económicos.**

**GRI 300: Estándares temáticos ambientales.**

**GRI 400: Estándares temáticos sociales.**



WE SUPPORT



Para cada uno de estos Estándares Temáticos se han seleccionado una serie de contenidos e indicadores para informar sobre los temas identificados como materiales por la compañía, dando respuesta en esta Memoria a la opción de conformidad esencial con los Estándares.

Asimismo, se muestra la correlación de cada uno de los temas GRI con los ODS y con los **Principios de Pacto Mundial** relacionados.



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

**Anexos**

# Tablas GRI

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL<br>Estándares GRI | Páginas<br>de la memoria                        | Agenda 2030<br>ODS | Principios<br>Pacto Mundial |
|---|---|--------------------|-----------------------------|
| <b>1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>   |   |                    |                             |
| 102-1 Nombre de la organización   | 28  |                    |                             |
| 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios                                      | 17, 28  |                    |                             |
| 102-3 Localización de la sede central de la organización                              | 28  |                    |                             |
| 102-4 Número de países donde opera la organización                                    | 28-29   | 8, 10              | 1-10                        |
| 102-5 Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica                         | 44  |                    |                             |
| 102-6 Mercados servidos   | 28, 31  |                    |                             |
| 102-7 Dimensión de la organización  | 30-31   | 8                  | 1-6                         |
| 102-8 Información sobre el colectivo de trabajadores                                  | 60-72   | 8                  | 1-6                         |
| 102-9 Cadena de suministro  | 128-134   | 8, 10              | 1-10                        |
| 102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro            | No aplica                                       | 8, 10              | 1-10                        |
| 102-11 Planteamiento o principio de precaución  | 16, 47-51, 77, 80, 85, 114                      | 12, 16             | 1-10                        |
| 102-12 Apoyo a iniciativas externas   | 36, 55, 58, 75-76, 85,<br>105-106, 113-114, 139 | 12, 13, 16, 17     | 1-10                        |
| 102-13 Afiliación a asociaciones  | 55-56   | 16, 17             | 1-10                        |



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

**Anexos**

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL<br>Estándares GRI | Páginas<br>de la memoria | Agenda 2030<br>ODS | Principios<br>Pacto Mundial |
|---|--------------------------|--------------------|-----------------------------|
| <b>2. ESTRATEGIA</b>  |                          |                    |                             |
| 102-14 Declaración del responsable máximo de la organización                          | 4-6                      | 1-17               | 1-10                        |
| <b>3. ÉTICA E INTEGRIDAD</b>  |                          |                    |                             |
| 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta                           | 16, 19, 32-33, 50        | 16                 | 1-10                        |
| <b>4. GOBERNANZA</b>  |                          |                    |                             |
| 102-18 Estructura de gobierno de la organización                                      | 44-66                    | 16                 | 1-10                        |
| <b>5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE RELACIÓN</b>                                     |                          |                    |                             |
| 102-40 Lista de grupos de relación  | 37-38                    |                    |                             |
| 102-41 Acuerdos de negociación colectiva  | 60                       | 8                  | 1-6                         |
| 102-42 Identificación y selección de los grupos de relación                           | 37-38                    |                    |                             |
| 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de relación                        | 39                       |                    |                             |
| 102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados                                       | 39-41                    |                    |                             |
| <b>6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES</b>                                   |                          |                    |                             |
| 102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados                    | 28, 153                  |                    |                             |
| 102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema         | Anexo I: 153-156         |                    |                             |
| 102-47 Lista de los temas materiales  | 40-41                    |                    |                             |
| 102-48 Reexpresión de la información  | No Aplica                |                    |                             |



Creando  
valor 2021

Nuestras  
marcas  
conscientes

El Grupo  
Zamora Company

Nuestro Modelo  
de Empresa  
Consciente

Buen Gobierno  
Corporativo

Empleados  
empoderados

Consumidores  
y clientes

Compromiso  
con el planeta

Proveedores  
conscientes

Filantropía y  
acción social

**Anexos**

### CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL Estándares GRI

|   | Páginas<br>de la memoria | Agenda 2030<br>ODS | Principios<br>Pacto Mundial |
|---|--------------------------|--------------------|-----------------------------|
| 102-49 Cambios en la elaboración de los informes  | No Aplica                |                    |                             |
| 102-50 Período objeto del informe   | Ene - Dic 2020           |                    |                             |
| 102-51 Fecha del último informe publicado   | No Aplica                |                    |                             |
| 102-52 Ciclo de elaboración del informe   | Anual                    |                    |                             |
| 102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe                                  | Anexo I: 157             |                    |                             |
| 102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares de la GRI | Anexo I: 153             |                    |                             |
| 102-55 Índice de contenidos GRI   | Anexo II: 159            |                    |                             |
| 102-56 Verificación externa   | No (Nota 1)              |                    |                             |

*Nota 1: Gran parte de los contenidos de esta Memoria han sido verificados por Grant Thornton S.L.P. como parte del EINF 2020 (Estado de Información No Financiera), disponible en la web de la compañía.*

### ENFOQUE DE GESTIÓN Estándares GRI

|  | Páginas<br>de la memoria | Agenda 2030<br>ODS | Principios<br>Pacto Mundial |
|--|--------------------------|--------------------|-----------------------------|
| 103-1 Explicación del tema material y su cobertura | 40-41, 155-156           |                    |                             |
| 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes      | 11-12                    |                    |                             |
| 103-3 Evaluación del enfoque de gestión            | 11-16                    |                    |                             |



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

**CONTENIDOS ESPECÍFICOS PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL  
Estándares GRI económicos | Serie 200****Páginas  
de la memoria****Agenda 2030  
ODS****Principios  
Pacto Mundial****201 DESEMPEÑO ECONÓMICO (Nota 2)**

201-1 Valor económico directo generado y distribuido

30, 138

1, 8, 10, 16

1-6, 10

**204 PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN**

204-1 Proporción de gasto en proveedores locales

142

1, 8, 10, 16

1-6, 10

**205 ANTICORRUPCIÓN**

205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción

48-50

1, 8, 10, 16

1-6, 10

205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas

Cero

1, 8, 10, 16

1-6, 10

*Nota 2: En el Informe de Gestión 2020 del Grupo Zamora Company se incluye información adicional respecto a indicadores económicos.***CONTENIDOS ESPECÍFICOS PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL  
Estándares GRI ambientales | Serie 300****Páginas  
de la memoria****Agenda 2030  
ODS****Principios  
Pacto Mundial****301 MATERIALES**

301-1 Materiales utilizados por peso o volumen

13, 116, 121-123

12, 13, 17

1, 2, 7-9

**302 ENERGÍA**

301-1 Consumo energético dentro de la organización

110

7, 11, 12, 13

1, 2, 7-9

301-1 Intensidad energética

110

7, 11, 12, 13

1, 2, 7-9



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL<br>Estándares GRI ambientales   Serie 300 | Páginas<br>de la memoria | Agenda 2030<br>ODS | Principios<br>Pacto Mundial |
|---|--------------------------|--------------------|-----------------------------|
| 302-4 Reducción del consumo energético  | 110                      | 7, 11, 12, 13      | 1, 2, 7-9                   |
| 302-4 Reducción en requerimientos energéticos de productos y servicios  | 13, 110                  | 7, 11, 12, 13      | 1, 2, 7-9                   |
| <b>303 AGUAS Y EFLUENTES</b>  |                          |                    |                             |
| 303-1 Interacción con el agua como recurso compartido   | 118                      | 6, 11, 12, 15      | 1, 2, 7-9                   |
| 303-3 Extracción de agua  | 13, 119                  | 6, 11, 12, 15      | 1, 2, 7-9                   |
| 303-4 Vertido de agua   | 13, 123                  | 6, 11, 12, 15      | 1, 2, 7-9                   |
| <b>304 BIODIVERSIDAD</b>  |                          |                    |                             |
| 304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad                   | 13, 124-126              | 6, 11, 12, 15      | 1, 2, 7-9                   |
| <b>305 EMISIONES</b>  |                          |                    |                             |
| 305-1 Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) (alcance 1)                                     | 13, 112                  | 3, 11,12,13,15     | 1, 2, 7-9                   |
| 305-2 Emisiones indirectas de GEI por generación de energía (alcance 2)                                       | 13, 112                  | 3, 11,12,13,15     | 1, 2, 7-9                   |
| 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)   | 113                      | 3, 11,12,13,15     | 1, 2, 7-9                   |
| 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI  | 13, 112                  | 3, 11,12,13,15     | 1, 2, 7-9                   |
| 305-5 Reducción de las emisiones de GEI   | 13, 112                  | 3, 11,12,13,15     | 1, 2, 7-9                   |
| <b>306 RESIDUOS</b>   |                          |                    |                             |
| 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos                          | 116-118                  | 3, 11,12,13,15     | 1, 2, 7-9                   |
| 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos  | 13, 116-118              | 3, 11,12,13,15     | 1, 2, 7-9                   |
| 306-3 Residuos generados  | 116-118                  | 3, 11,12,13,15     | 1, 2, 7-9                   |



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL<br>Estándares GRI ambientales   Serie 300  |  | Páginas<br>de la memoria | Agenda 2030<br>ODS | Principios<br>Pacto Mundial |
|--|--|--------------------------|--------------------|-----------------------------|
| 306-4 Residuos no destinados a eliminación   |  | 13, 116-118              |                    |                             |
| 306-5 Residuos destinados a eliminación  |  | 116-118                  |                    |                             |
| <b>307 CUMPLIMIENTO AMBIENTAL</b>  |  |                          |                    |                             |
| 307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental   |  | Cero                     | 3, 16              | 1 a 10                      |
| <b>308 EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES</b>   |  |                          |                    |                             |
| 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con criterios ambientales |  | 13, 129, 134             | 3, 7, 9, 10-15     | 1 a 10                      |
| CONTENIDOS ESPECÍFICOS PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL<br>Estándares GRI sociales   Serie 400           |  | Páginas<br>de la memoria | Agenda 2030<br>ODS | Principios<br>Pacto Mundial |
| <b>401 EMPLEO</b>  |  |                          |                    |                             |
| 403-1 Nuevas contrataciones y rotación del personal  |  | 14, 60                   | 5, 8               | 1-6                         |
| <b>403 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>   |  |                          |                    |                             |
| 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo  |  | 14, 62-63                | 3, 8               | 1-6, 10                     |
| 403-3 Servicios de salud en el trabajo   |  | 14, 61-62                | 3, 8               | 1-6, 10                     |
| 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo        |  | 62-63                    | 3, 8               | 1-6, 10                     |
| 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo  |  | 62, 71                   | 3, 8               | 1-6, 10                     |



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

| CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL<br>Estándares GRI sociales   Serie 400  | Páginas<br>de la memoria  | Agenda 2030<br>ODS | Principios<br>Pacto Mundial |
|---|---------------------------|--------------------|-----------------------------|
| 403-6 Fomento de la salud de los trabajadores   | 14, 61-62                 | 3, 8               | 1-6, 10                     |
| 403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales | 61                        | 3, 8               | 1-6, 10                     |
| 403-9 Lesiones por accidente laboral  | 63                        | 3, 8               | 1-6, 10                     |
| 403-10 Dolencias y enfermedades laborales   | 63                        | 3, 8               | 1-6, 10                     |
| <b>404 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA</b>  |                           |                    |                             |
| 404-1 Media de horas de formación al año por empleado   | 72                        | 4, 8               | 1-6                         |
| 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición  | 14, 71                    | 4, 8, 17           | 1-6                         |
| <b>405 DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES (Nota 3)</b>  |                           |                    |                             |
| 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados   | 14, 67                    | 5, 10, 16, 17      | 1-6, 10                     |
| <b>406 NO DISCRIMINACIÓN</b>  |                           |                    |                             |
| 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas  | No se han<br>identificado | 5, 10, 16          | 1-6, 10                     |
| <b>412 EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS</b>   |                           |                    |                             |
| 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos   | 14, 16, 50, 52-54         | 8, 10, 16          | 1-6, 10                     |
| <b>413 COMUNIDADES LOCALES</b>  |                           |                    |                             |

Nota 3: En el EINF 2020 (Estado de Información No Financiera) del Grupo Zamora Company, disponible en la web de la compañía, se incluye información adicional sobre indicadores relativos a prácticas laborales, igualdad y diversidad.



Creando  
valor 2021Nuestras  
marcas  
conscientesEl Grupo  
Zamora CompanyNuestro Modelo  
de Empresa  
ConscienteBuen Gobierno  
CorporativoEmpleados  
empoderadosConsumidores  
y clientesCompromiso  
con el planetaProveedores  
conscientesFilantropía y  
acción social

Anexos

**CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL  
Estándares GRI sociales | Serie 400****Páginas  
de la memoria****Agenda 2030  
ODS****Principios  
Pacto Mundial**

413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo

15, 85-88, 136-151

1, 3-5, 10,  
16, 17

1 a 10

**416 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES**

416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios

15, 75-80

3, 16

1, 2

416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios

No se han  
identificado

3, 16

1, 2

**417 MARKETING Y ETIQUETADO**

417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios

16

1-6, 10

417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios

No se han  
identificado

16

1-6, 10

417-2 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing

No se han  
identificado

16

1-6, 10

**418 PRIVACIDAD DEL CLIENTE**

418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente

Cero  
81-82

16

1-6, 10

**419 CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO**

419-1 Incumplimientos de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico

Cero

16

1-6, 10



