

2020

**Memoria
de Empresa
Consciente**



Índice

Mensajes	03	6. Consumidores y clientes	73
Hitos 2020	10	7. Compromiso con el planeta	100
1. Nuestras marcas conscientes	17	8. Proveedores conscientes	127
2. La compañía	25	9. Filantropía y acción social	135
3. Nuestro modelo de Empresa Consciente	34	Anexos	152
4. Buen Gobierno Corporativo	42	I. Acerca de este Informe	153
5. Empleados empoderados	57	II. Índice GRI. Trazabilidad de la información	159



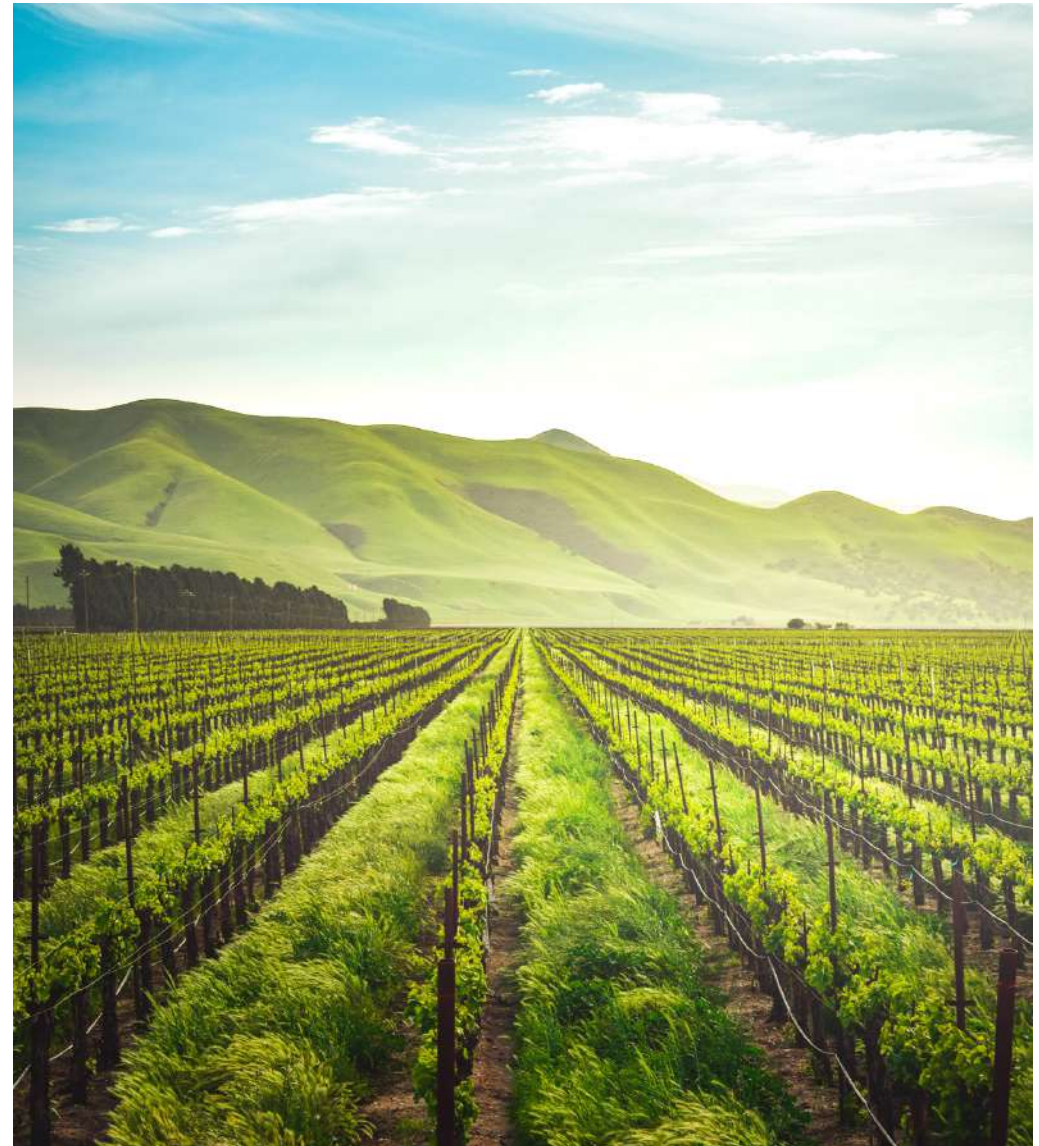
Construimos nuestro legado futuro con las acciones de hoy

Pese a que 2020 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.



Bienvenida del presidente

Es un placer poder compartir esta primera memoria anual de nuestra compañía, coincidiendo con un año tan complejo como ha sido el 2020 a causa de la pandemia.



José María de Santiago
Presidente de Zamora Company

Este año 2020 lo recordaremos como uno de los más desafiantes y complejos a los que hemos tenido que enfrentarnos. Quiero desde aquí **manifestar nuestro apoyo y recuerdo a todas las personas** que han sufrido las consecuencias de esta pandemia y crisis sanitaria.

Nuestra máxima prioridad desde el comienzo de esa situación fue **trabajar para la protección y seguridad de todos nuestros empleados**. Aplicamos el teletrabajo inmediatamente y desde casa pudimos seguir apostando por la continuidad del negocio, la seguridad de las personas y la **garantía del mantenimiento del empleo**, aplicando temporalmente medidas de reajustes durante los 3 meses de confinamiento, durante los cuales garantizamos el salario base a todos nuestros empleados y siendo revertidas estas medidas durante el mes de Julio.

Durante este año hemos querido estar **más cerca que nunca de nuestros**

clientes y partners, continuando ofreciendo nuestros productos, gracias a la tecnología y **digitalización**, sin que esa situación mermara nuestro servicio, siendo ágiles y con gran capacidad de adaptación a la situación.

Desde nuestras marcas se crearon acciones específicas para contribuir al **apoyo de la hostelería**, y desde la compañía hicimos las **donaciones oportunas** para apoyar a todas las comunidades donde operamos.

Miramos al futuro con esperanza, asumiendo la **resiliencia de nuestro negocio** y reforzando nuestro compromiso de **generación de valor compartido**.

Les doy la bienvenida a nuestra **primera memoria de Empresa consciente** y les invito, a través de esta lectura, a descubrir nuestra empresa, nuestras marcas y conocer el compromiso con **nuestro Legado de Futuro**.

Mensaje del Director General

La reacción de nuestros empleados en 2020 ha sido realmente remarkable.

El **equipo ejecutivo** ha demostrado una vez más su **liderazgo y competitividad** así como su remarcada rápida **adaptación** a las necesidades del negocio antes una situación como el COVID-19. Con una **propuesta ágil** nos presentaron las oportunidades que los equipos trabajaron y, que lamentablemente nos ofrecía la pandemia, **revisando nuestro modelo de negocio** y girando hacia un mayor enfoque en **off-trade**, desarrollando más nuestro negocio en **e-commerce** y acelerando toda la **transformación digital** en la que ya estábamos inmersos.

Esta situación tan inesperada nos ha ofrecido la posibilidad de convertirnos en una empresa más flexible y eficiente a nivel operativo pero sobre todo nos ha reforzado en **nuestro propósito** de Ser una **Empresa Consciente y Consecuente** que

nos hace estar **enfocados** en la búsqueda de la **eficiencia** y la **excelencia operativa** constante.

Es por ello que este año nos **unimos al Pacto Mundial de Naciones Unidas** y reafirmamos nuestro respaldo a sus Diez Principios en las áreas de los derechos humanos, el trabajo, el medioambiente y la anticorrupción. Asimismo, en esta memoria describimos las acciones llevadas a cabo que hacen posible la integración de esos Diez Principios con nuestra estrategia y cultura empresarial.

En los próximos años, continuaremos trabajando en nuestro plan estratégico que impulsa a la compañía en el desarrollo de nuevos productos y la apuesta por nuevas líneas de negocio y consolidando nuestro portfolio, para **continuar ofreciendo experiencias de consumo para todos los momentos**.



Emilio Restoy
Director General de
Zamora Company

Agradecimiento del Consejo

Estamos satisfechos de ver como en un año tan complicado como ha sido el 2020, todos nuestros **empleados** han demostrado una vez más su **sentido de la responsabilidad y protección** de nuestros stakeholders, algo que refleja claramente la **cultura familiar** que siempre hemos querido mantener. En este año 2021 en el que se redacta la memoria del 2020, nuestra compañía celebra su **75° aniversario** y es necesario agradecer a todos los que continúan con nosotros, y a los que ya no están, que **juntos** podamos seguir cuidando de nuestro **Legado de Futuro** para las generaciones venideras.



Esther Aguirre
Portavoz de
Comisión de Familia
de Zamora Company

Visión del Conscious Company Manager

Nuestra primera memoria anual como Empresa Consciente coincide con el año destacado por la COVID-19, que nos ha dejado una crisis sanitaria, con una latente crisis económica y social, así como la ya existente crisis ambiental que veníamos percibiendo los últimos años.

Por ello, ahora más que nunca es cuando debemos aunar nuestros esfuerzos y responsabilidades hacia nuestros stakeholders desde las organizaciones de una manera más sostenible en términos ASG (Factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo - vínculo entre criterios de sostenibilidad corporativa y decisiones de inversión).

Tenemos la Agenda 2030 como faro que nos guía y que nos ayuda a todos a través de una gestión ética, transparente y basada en el buen gobierno a todos los niveles; estos serán los pilares de la nueva sociedad más consciente.

Para facilitarnos el trabajo tenemos los 17 ODS, que son los objetivos a los que debemos llegar conjuntamente sociedad y organizaciones conscientes.



Marisa Almazán
Conscious Company Manager

Testimonios en tiempos de pandemia

1. ¿Cómo has afrontado el trabajo a lo largo del año 2020 en un panorama marcado por la pandemia global?

Muy pronto nos dimos cuenta de que el Covid 19 se convertiría en una pandemia, y nos pusimos en modo de supervivencia con el objetivo de minimizar las pérdidas, tanto para el personal de Zamora Company como para el negocio. Para la empresa esto significaba: continuar con el negocio sostenible en la medida de lo posible, intentar ser un buen socio para nuestros distribuidores y clientes, pero no correr riesgos innecesarios. Para nuestro personal, esto significaba: anticiparse a las medidas de ahorro de forma inmediata para evitar medidas más drásticas a largo plazo, y apoyar al equipo en esta época sin precedentes en la que tenemos que gestionar a las personas y el negocio desde la distancia.

Victor ten Wolde

Region Director Emerging Markets

El 2020 fue un año que detuvo por más de 9 meses la vida regular de nuestros consumidores, cambiaron completamente la forma de vivir, divertirse, comprar, beber y comer. El cambio más dramático fue la pérdida total del negocio on premise en mercados clave, por lo que nuestro pilar

estratégico clave cayó de un día para otro. Por lo tanto, nuestra estrategia cambió para perseguir a los consumidores en el «Nuevo modo de vida» CONSUMO EN CASA... a través de los minoristas en el punto de venta y también en el soporte digital, incluyendo el listado, la promoción, la visibilidad, etc. Este negocio creció un 300% en clientes clave en México.

Por otra parte, la protección de nuestro territorio y el apoyo a los propietarios de locales, los trabajadores ayudaron a compensar la gran pérdida. Esta acción asegura nuestro futuro regreso a la realidad, con personas clave que recordarán la fidelidad de las marcas.

Mauricio De Tuya

Regional Director Zamora America

2. ¿Cuáles son los principales aprendizajes en 2020?

Considero que la madurez del equipo y el conocimiento de los clientes nos permitió cobrar muchos productos y que no tuviéramos apenas retiradas ni impagados en 2020, todo un éxito. Llama la atención que esta madurez que nos sirvió para el cobro y una gestión de la alimentación maravillosa, hacía unos meses nos parecía una debilidad porque «nuestro equipo estaba maduro para hacer noche», qué cosas.

Además, me llevo como aprendizaje el hecho de haber comprobado que, tanto mi equipo como yo, hemos sido capaces de afrontar esta difícil situación con valentía y esfuerzo. La verdad es que trabajamos

con gente increíble y la Covid-19, aunque nos puso a prueba, ¡creo que aprobamos y con nota!

Carlos Gallego Labajo

Director Comercial Zamora Company Spain

Negocio: “tener más huevos en la cesta” (repartir la cartera y la ruta al mercado).

Trabajo: hacer uso de las nuevas tecnologías para hacer la vida más fácil (como las videollamadas, todo tipo de aplicaciones, etc.).

Personal: las personas somos animales sociales y emocionales. Siempre que sea posible, debemos estar con nuestros consumidores, colegas y clientes, y hablarles con pasión de nuestros hermosos productos.

Rudy Stol

Regional Director, W&N Europe

3. ¿Cuáles son las principales herramientas que te ha proporcionado Zamora Company para afrontar este contexto con tus clientes?

Para el equipo de EE.UU., y para mí personalmente, la principal herramienta que nos proporcionó fue -como siempre- la gente para compartir nuestra experiencia y ofrecer consejos sobre cómo contrarrestar esta terrible plaga. Las conferencias telefónicas semanales de Thomas Clemens, nuestro Director de Negocio Internacional, sobre SMT/CoVid fueron una especie de consuelo y una inspiración para luchar contra ella. Las pequeñas cosas,

las herramientas para llevar a cabo nuestro negocio, como el «hangout», el «zoom», las redes sociales, las ideas y los éxitos del comercio electrónico... nos ayudaron a mantener la cordura y, de hecho, a prosperar con nuestra marca insignia. Es difícil creer que durante una pandemia pudiéramos salvar un año récord... pero lo hicimos en L43.

William J. Corbett

CEO Zamora Company USA

Ha sido estupendo que nuestra transformación digital se haya producido ya antes de 2020. La empresa y la gente nos han apoyado mucho, tanto a nivel empresarial como personal.

Las sesiones virtuales de formación e intercambio de conocimientos fueron una gran idea y estuvieron bien ejecutadas.

Las herramientas para planificar diferentes escenarios fueron muy útiles y eficaces.

Ali Hariri

Regional Director, Germany & Switzerland



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Hitos 2020

Zamora Company Empresa Consciente

Visión y modelo de Empresa Consciente

En 2020 hemos reforzado nuestro **modelo de Empresa Consciente**, un modelo de negocio responsable que venimos poniendo en práctica desde hace décadas, pero que hemos querido afianzar y comunicar como fundamento de nuestra actividad.

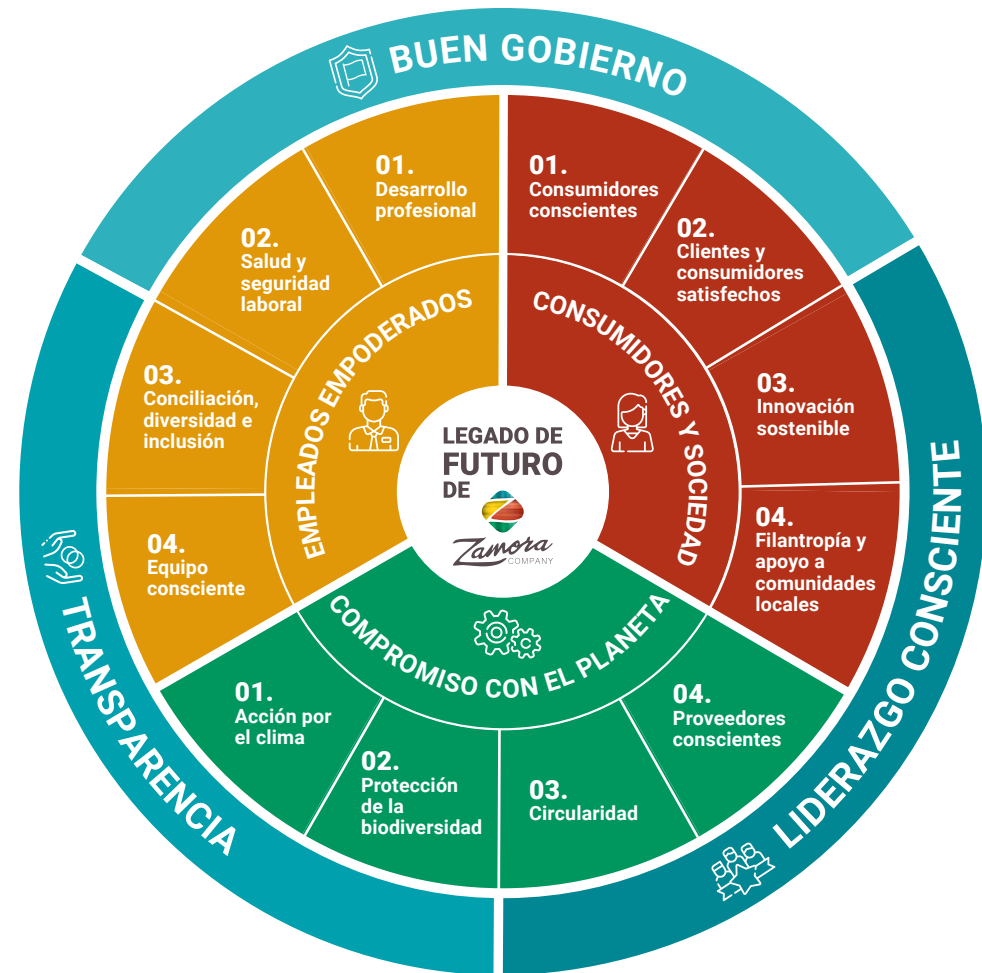
Hemos definido nuestro **Plan Estratégico de Empresa Consciente 2020-2022**, con tres pilares básicos de actuación:

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

Y tres ejes transversales a todo el plan:

- Buen gobierno.
- Transparencia.
- Liderazgo consciente.

Hemos identificado, para cada una de nuestras líneas de acción, aquellos ODS en los que tenemos mayor capacidad para generar un impacto positivo relevante.



Nuestro modelo de Empresa Consciente

Relación de los ODS con los ejes de actuación y las palancas transversales de los hitos 2020



A continuación, mostramos los principales hitos alcanzados en 2020 en los diferentes ejes de nuestro modelo de Empresa Consciente.



COMPROMISO CON EL PLANETA

NUESTROS LOGROS 2020



CREANDO VALOR



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras marcas conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos



ACCIÓN POR EL CLIMA



WfCP
CERTIFICADO
RAMÓN BILBAO
Y MAR DE FRADES



BREEAM
CERTIFICADO
PLANTA
LICOR 43



ISO 14001
PLANTAS
LICOR 43 Y ZOCO

TRABAJAMOS POR REDUCIR NUESTRAS
703 t CO₂eq
EMISIONES EN ALCANCE 1 Y 2

39,4
g CO₂eq /l
EMBOTELLADO

EMISIONES RELATIVAS

27.949
kg CO₂eq
EMISIONES EVITADAS
CON NUESTRO
MODELO LOGÍSTICO

CONSUMO DE **ENERGÍA RENOVABLE 60%**
100% EN BODEGA
RAMÓN BILBAO



ADAPTACIÓN DE CULTIVOS A CAMBIO CLIMÁTICO



BIODIVERSIDAD



CONTAMOS CON CULTIVOS DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

PROGRAMA DE VITICULTURA SOSTENIBLE



CONTROL BIOLÓGICO DE LA VEGETACIÓN CON ANIMALES DOMÉSTICOS EN EXTINCIÓN

SUSTITUCIÓN DE ABONOS QUÍMICOS POR FERTILIZANTES ORGÁNICOS



PARA EL CUIDADO DE LA BIODIVERSIDAD



CIRCULARIDAD

+90%
RESIDUOS VALORIZADOS
99% RESIDUOS APROVECHABLES

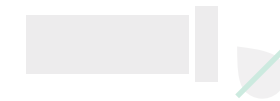
2,2 t
DE RESIDUOS REDUCIDOS CON NUESTRO MODELO LOGÍSTICO SOSTENIBLE



PROYECTOS DE INNOVACIÓN SOSTENIBLE EN NUESTROS PACKAGINGS

-2%
CONSUMO DE AGUA vs. 2019

CONSUMO DE AGUA vs. 2019



TRABAJAMOS POR VERTIDO RESIDUAL CERO



PROVEEDORES CONSCIENTES

CHEP
23,8 m³
MENOS CONSUMO DE MADERA CON NUESTRA LOGÍSTICA SOSTENIBLE

PROCEDIMIENTO DE COMPRAS CON CRITERIOS AMBIENTALES



66%
DEL TOTAL DE MATERIAS PRIMAS PROCEDENTES DE PROVEEDORES LOCALES



CARTÓN CERTIFICADO EN PACKS PROMOCIONALES



FORMAMOS A NUESTROS VITICULTORES EN TÉCNICAS PREVENTIVAS

EMPLEADOS EMPODERADOS NUESTROS LOGROS 2020



CREANDO VALOR



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras marcas conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos



DESARROLLO PROFESIONAL

+200

ACCIONES
FORMATIVAS



54,34%

DE ESTAS
FORMACIONES

ONLINE



91%

SON FORMACIÓN
EXTERNA



100%

EMPLEADOS
EVALUADOS



40%

EVALUACIÓN DE
DESEMPEÑO
LIGADA A BONUS



SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

EMPLEADOS

507



85% CONTRATOS
FIJOS



98%

EMPLEADOS CUBIERTOS POR
CONVENIOS COLECTIVOS

100%

TRABAJO FLEXIBLE EMPLEADOS
BAJO ACUERDO DE TELETRABAJO

0



REGISTROS EN CANAL
DE DENUNCIAS

MEDIDAS EXCEPCIONALES



SEGURIDAD
Y SALUD

+700 TEST REALIZADOS
PORTAL COVID

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

19



NACIONALIDADES

DISTRIBUCIÓN POR EDAD TOTAL EMPLEADOS

30-50 AÑOS **60%**



> 50 AÑOS **21%**



< 30 AÑOS **19%**



35%

MUJERES
EN PLANTILLA



16%



EN PUESTOS
DIRECTIVOS

38%



EN PUESTOS
INTERMEDIOS

EQUIPO CONSCIENTE

**CÓDIGO
ÉTICO**

DISTRITO

FORMACIÓN
EN COMPLIANCE



100%

EMPLEADOS
FORMADOS EN ODS

TRABAJANDO EN EL DESARROLLO
DEL PROGRAMA



VOLUNTARIADO
CORPORATIVO



EMPLEADOS ALINEADOS CON
LA DINAMIZACIÓN DE LA
SOSTENIBILIDAD

EMPLEADOS

100%

FORMADOS EN HIGIENE

ALIMENTARIA



CONSUMIDORES Y SOCIEDAD

NUESTROS LOGROS 2020



CREANDO VALOR



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras marcas conscientes

La Compañía

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 RESPONSABLES

CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN



EN MATERIA DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES COMERCIALES

PROGRAMA EUROPEO

WINE IN MODERATION

FEV FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL VINO



PROGRAMAS **NOCTURNOS**
MENORES NI UNA GOTTA



ESPIRITUOSOS ESPAÑA



PROMOCIÓN DEL CONSUMO CERO EN COLECTIVOS DE RIESGO

FUNDACIÓN ALCOHOL Y SOCIEDAD



CLIENTES Y CONSUMIDORES SATISFECHOS

SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA



CERO RECLAMACIONES POR SEGURIDAD ALIMENTARIA

CERTIFICADOS:



LICOR 43, ZOCO Y VILLA MASSA



ZOCO Y RAMÓN BILBAO



RAMÓN BILBAO

SOLO

2,62



RECLAMACIONES POR MILLÓN DE LITROS (ELEMENTOS DEFECTUOSOS)

CLUB VENTURIO



VENTA ONLINE

SPANISH WINE ACADEMY

RAMÓN BILBAO



CLIENTES SATISFECHOS



INNOVACIÓN SOSTENIBLE

I+D+i

PRODUCTOS DE INNOVACIÓN

LICOR 43 HORCHATA

APTO PARA VEGANOS SIN LACTOSA



COCKTAIL 43 FRESCO

DE BAJA GRADUACIÓN ALCOHÓLICA



LOLEA Nº4 GARNACHA

VARIEDAD ORGÁNICA



VINOS VEGANOS CERTIFICADOS

MAR DE FRADES



RAMÓN BILBAO PREMIO INNOVACIÓN 2020



Enofusión'20

EXPERIENCIAS ENOTURÍSTICAS



SOSTENIBLES



FILANTROPÍA Y ACCIÓN SOCIAL

PLAN DE FILANTROPÍA CORPORATIVA Y POLÍTICA DE DONACIONES



+400.000€

EN AYUDAS FRENTE A CRISIS COVID-19



APOYO A LA HOSTELERÍA CAMPAÑAS #YOMESUMO, #BRINDANDO...

PROMOCIÓN DEL ARTE Y LA CULTURA: PATROCINIOS

FASHION WEEK MADRID

MERCEDES BENZ

#MARDEFRADESDECINE

FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN 2020

IWC MERCHANT AWARDS

RAMÓN BILBAO COLABORADOR

COMPROMISO CON LAS COMUNIDADES LOCALES

APOYAMOS CON PATROCINIO Y EVENTOS

PALANCAS TRANSVERSALES

NUESTROS LOGROS 2020



CREANDO VALOR



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras marcas conscientes

La Compañía

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



LOGRO 2021
PROCESO DE
ADHESIÓN A

GLOBAL COMPACT
DE LAS NACIONES UNIDAS



POLÍTICAS Y PROTOCOLOS ANTE RIESGOS QUE PUEDAN AFECTAR A NUESTRA COMPAÑÍA

CONSTITUCIÓN DE LA COMISIÓN DE RETRIBUCIÓN Y NOMBRAMIENTOS, Y COMISIÓN DE AUDITORÍA Y RIESGOS



PLAN DE FORMACIÓN EN

VALORES CORPORATIVOS

Y GESTIÓN ÉTICA DE NUESTRO EQUIPO



0



DENUNCIAS
EN MATERIA DE CORRUPCIÓN Y DE DERECHOS HUMANOS



LIDERAZGO COMO EMPRESA CONSCIENTE



FORTALECIMIENTO DE LAS **RELACIONES** CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD CON LA COLABORACIÓN DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

ELABORACIÓN DE NUESTRA **PRIMERA MEMORIA ANUAL DE EMPRESA CONSCIENTE**

REPORTE DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

EINF 2020

INFORMACIÓN EN **WEB EMPRESA CONSCIENTE**



TRANSPARENCIA Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

PLAN DE DIFUSIÓN Y PUESTA EN VALOR DE NUESTROS COMPROMISOS COMO **EMPRESA CONSCIENTE**

PARTICIPACIÓN EN FOROS Y EVENTOS PARA IMPULSAR LA **SOSTENIBILIDAD** A TRAVÉS DE SINERGIAS Y EL CRECIMIENTO COMPARTIDO

APOYO A LA **CULTURA**



PARTICIPANDO EN LA PRODUCCIÓN DE CINE ESPAÑOL Y FESTIVALES MUSICALES

LIDERAZGO CORPORATIVO



ANTE EMERGENCIA **COVID-19**

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



1

Nuestras marcas conscientes

NUESTRO PORTFOLIO: NUESTRO ADN



Licor 43



Licor 43 RTD



Martin Miller' Gin



Mar de Frades



Ramón Bilbao

Zoco Berezko

El Afilador



Cruz de Alba

Lolea

Yellow Rose

Thunder Bitch

Villa Massa

Atributos de marcas conscientes

Nuestra **visión** es convertirnos en los más apasionados creadores de marcas únicas en nuestro sector a nivel mundial, fomentando nuestro espíritu familiar y el compromiso con la naturaleza y la sociedad.

Los atributos de nuestras Marcas Conscientes e Innovadoras

Nuestras marcas CORE han de ser:

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



La sostenibilidad en el núcleo de nuestra actividad:

Nuestras acciones deben ser ejemplo de liderazgo consciente para un impacto positivo en las personas y en el planeta.



“El COVID-19 ha hecho que empresas y, en general, toda la sociedad repensemos el modelo actual, donde las marcas debemos tener un rol más activo como motor del cambio, actualizando nuestras propuestas de valor al consumidor. En este contexto, la sostenibilidad cobra

ahora mayor relevancia y nos invita a revisar cómo elaboramos nuestros productos al igual que los materiales usados en los packs y embalajes. Esto hace que en Zamora Company canalicemos todos los aprendizajes de nuestros estudios de mercado con clientes y consumidores, y adaptamos nuestra innovación al servicio de los productos demandados por ellos”.

Julian Fernandez

Director Global Marketing Spirits & Innovation



“Durante la última década han surgido consumidores con valores diferentes; son aquellos compradores que se identifican con el marketing con valores, a los que denominamos consumidores conscientes. Son consumidores que eligen marcas con propósito, que investigan sobre lo que hacen las marcas y cómo lo hacen. A estas personas tenemos que ofrecerles marcas gestionadas con coherencia y actuando desde la transparencia, ofreciéndoles datos y hechos que demuestren lo que decimos. Los valores de las marcas conscientes se transmiten desde

dentro de la compañía, comenzando por los empleados y luego por los stakeholders para dar fiabilidad y certeza a los consumidores. Es un nuevo marketing, aún más consciente de las nuevas demandas y que empodera al consumidor”.

Carmen Giné

Directora Global Marketing de vinos

ATRIBUTOS DE NUESTRAS MARCAS CONSCIENTES E INNOVADORAS

1. ACTUALES

- Ayudando a saborear mejor cada momento.
- Asegurando los más altos estándares de seguridad alimentaria.
- Respondiendo a la demanda creciente de productos más naturales (Yellow Rose, los vinos, Licor 43, Martin Millers Gin, Villa Massa).



Vinos veganos.



Productos de menor
graduación alcohólica.



Bebidas sin lactosa
y aptas para celíacos.



Certificaciones en calidad
y seguridad alimentaria.



ATRIBUTOS DE NUESTRAS MARCAS CONSCIENTES E INNOVADORAS

2. ACCESIBLES

- Formatos para diferentes momentos y estilos de vida.
- Canales tradicionales y venta *online*.
- Compartiendo experiencias: enoturismo.
- Marcas que hacen lo que dicen.



Club Venturio.
Canal de venta *online*.



Experiencias únicas en entornos
seguros.



Licor 43 en formato
«ready to drink».

3. HONESTAS

- Fomentando un consumo responsable.
- Informando con rigor del producto.
- Desarrollando una publicidad consciente.



Participación en el programa europeo
«Wine in moderation» promovido por la FEV.



“Menores
ni una gota”
Prevención del consumo
de alcohol en menores.

Colaboración con la FEBE.



Etiquetado responsable en
todos nuestros productos.

ATRIBUTOS DE NUESTRAS MARCAS CONSCIENTES E INNOVADORAS

4. SOSTENIBLES

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



Certificado BREEAM Planta Licor 43: diseño y construcción sostenible.



Certificado *Wineries for Climate Protection*.



Agricultura de precisión.



Certificado ISO 14001.



ATRIBUTOS DE MARCA CONSCIENTE E INNOVADORA

5. COMPROMETIDAS

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



Apoyo a la hostelería



Apoyo a la hostelería

Mar de Frades y Ramón Bilbao apoyan a la hostelería:
«Brindar hoy en casa para brindar mañana en los bares»
+ 40.000 botellas donadas.

Bartender & Baristas Challenge.



Apoyo a la cultura



Apoyo a la cultura



Apoyo a la cultura

Festival de Cine de San Sebastián
#MardeFradesdeCine.

Licor43 #MBFWMadrid.

Bodegas Ramón Bilbao apoya la cultura alrededor del
vino español #SpanishWineAcademy.

Nuestro **Plan Director de Empresa Consciente** fija directrices y marca la hoja de ruta para que las marcas Zamora Company se distingan por ser **marcas conscientes e innovadoras**.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



2

La Compañía

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

Una empresa familiar.
Orgullosos de nuestros orígenes.

Somos una empresa familiar. Apasionados de lo que hacemos y orgullosos de cómo lo hacemos. Somos dueños de nuestro propio destino y responsables de nuestras decisiones y nuestros resultados. Creadores y distribuidores de vinos y espirituosos premium. De origen español, hoy una de las principales compañías del sector a nivel global, con un portfolio de más de 15 marcas operando en más de 80 países.



**Es importante
conocer de dónde
venimos para saber
a dónde vamos.**

Juan Carlos Basallote Ureba
Director General Zamora Company España



**Espíritu emprendedor, atrevimiento
y firme determinación es lo que
mejor define nuestra historia.**

Antonio Navarro
Liquors Operation Director



Tres generaciones dedicadas a la creación

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



NUESTROS COMIENZOS

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.

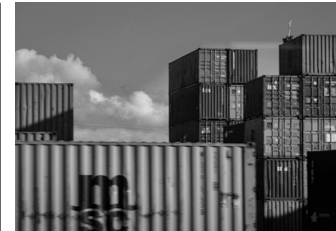
50's-60's



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

1999



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.

2017



NEUVAS ADQUISICIONES

Nuevas marcas completan el portfolio de la compañía, El afilador, Yellow Rose, Lolea, Martin Miller's y Villa Massa.

2019



ENFOQUE EN SOSTENIBILIDAD Y MARCAS CONSCIENTES

Lanzamos nuestro modelo de Empresa Consciente, reflejo de nuestra manera de hacer las cosas y fiel a los valores que caracterizan nuestra compañía.

1946



CRECIMIENTO EN ESPAÑA

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.

70's-90's



APUESTA POR LOS VINOS

En 1999, con la presidencia de D. Emilio Restoy diversificamos el portfolio 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.

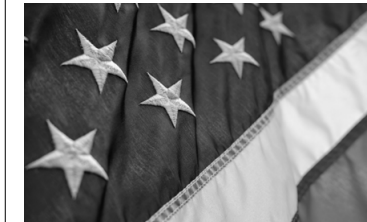
2000



UNA ÚNICA VISIÓN

Nuevo nombre e identidad corporativa con el objetivo de unificar e integrar todas las organizaciones internas en una única compañía a nivel global.

2018



NEUVAS 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.

2020

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras marcas conscientes

La Compañía

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).

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, Pacharán 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.



UNIDADES DE PRODUCCIÓN

— Memoria de Empresa Consciente 2020 —

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

En un año marcado por la pandemia vivida, la compañía ha conseguido en el ejercicio 2020 un EBITDA de 27 millones de euros, un 3,8% inferior al de 2019. Así mismo, la facturación del grupo ha sido de **172,2 millones** de euros que han supuesto una caída del -17,2% sobre el año anterior, reflejando una caída menor que la del sector en España, que atraviesa uno de sus peores momentos con un descenso promedio del 30%.



Facturación neta total: **172,2 M€**

61% Nacional

20% Intracomunitario

19% Resto del Mundo

EBITDA 27 M€



“Hemos podido reconducir la pérdida de negocio a solo 3,8% de EBITDA, lo que representa un claro éxito en la gestión; estos ahorros los hemos conseguido a través de contracción de gasto relacionado con la gestión y/o reducción de estructuras”

Emilio Restoy

Director General Zamora Company

ALGUNOS DATOS



8

Marcas propias
espirituosos



3

Marcas propias
vinos



47,5%
Mercado
internacional

52,5%
Mercado
español

10 PLANTAS DE
PRODUCCIÓN EN
4 PAÍSES



7 plantas de
producción en
España



Ventas por negocio



55,8%

espirituosos



44,2%

vinos

+170 Millones de
copas en

+80 países

+4 Millones de litros
anuales de vino

+9 Millones de litros
anuales de licores

507 empleados

86% en sociedades
nacionales

14% en sociedades
internacionales

Propósito, misión y visión

Saborear mejor cada momento, en cualquier lugar del mundo y con un extenso portfolio que cubra todos los gustos o momentos.

Unique Brands: el objetivo del Grupo es crear y desarrollar marcas únicas que puedan ser altamente deseadas por los mercados y muy diferentes de los competidores. Las Marcas son el alma de Zamora Company. No sirve cualquier marca. Ya sean propias, o desarrolladas internamente, o adquiridas, deben ser siempre diferenciales.

Passionate People: las personas que trabajan en el Grupo están comprometidas, orgullosas y muy apasionadas con su trabajo. Un amplio equipo internacional con demostrado talento multidisciplinar y enfocado totalmente al desarrollo de negocio sin dejar nunca de lado sus grandes valores humanos. Aquí cada persona cuenta, y su compromiso se suma al del resto del equipo para ir siempre un poco más allá y demostrar que esta

pequeña empresa de ambiente familiar es, en realidad, muy grande.

Misión: Ayudar a nuestros consumidores de todo el mundo a saborear mejor cada momento, con marcas premium y personalidad única.

Visión: Ser los más apasionados creadores de marcas únicas en nuestro sector a nivel mundial, fomentando nuestro espíritu familiar y el compromiso con la naturaleza y la sociedad.



**“Unique Brands,
Passionate People”**



Nuestros valores

Mantenemos vivos los valores de nuestros fundadores, moldeando la personalidad de la empresa y haciéndola diferente a las demás.

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.

Defendemos unos valores que se han mantenido hasta hoy y que seguirán siendo los mismos en los que construiremos nuestro futuro.

- **Compromiso:** está en todas las operaciones de la compañía, en las relaciones con los compañeros, accionistas, clientes, consumidores y la sociedad. En Zamora Company hay un compromiso en la toma de cada decisión y en la ética de cada acción. Nuestro compromiso y responsabilidad son el éxito y garantía de nuestra relación con los grupos de interés de la compañía y con las actuaciones ambientales y sociales que realizamos.

- **Independencia:** todas las personas pertenecientes al Grupo tienen el control sobre sus decisiones y son responsables de los resultados alcanzados.



- **Innovación:** desde el Grupo se tiene la premisa de que el futuro se inventa cada día. En este sentido, la innovación es un reto constante a la que nos aproximamos sin descuidar la máxima calidad y responsabilidad que gozan nuestras acciones, productos y su esencia. No entendemos la innovación si ésta no es sostenible.

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

**Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente**

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



3

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Estrategia de compañía

Nuestros pilares estratégicos nos afianzan como Empresa Consciente

Ruta al mercado

Estar lo más cerca posible del consumidor.

Construcción de marcas

Nuestras marcas como factor clave de diferenciación.

Excelencia operativa

Procesos definidos haciendo un uso correcto de los datos.

People

Cultura de compañía basada en el empoderamiento de las personas.

Aceleradores de nuestra estrategia

Empresa Consciente

Nuestro legado de futuro a la sociedad y al planeta.

Transformación digital

Uso inteligente de la tecnología incorporando la cultura del dato.

Innovación de producto

Adelantarnos a las necesidades de los consumidores.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 modelo de Empresa Consciente

Conectando la estrategia de nuestro negocio con las prioridades globales, maximizando nuestra contribución a los ODS.

Desde hace décadas venimos desarrollando un modelo de negocio responsable, que se ha visto reforzando en el ejercicio 2020 y que queda reflejado en nuestro modelo actual de Empresa Consciente.

Para ello, hemos definido el **Plan de Empresa Consciente 20-22**, constituyéndose como eje vertebrador de nuestra compañía.

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

Para cada uno de nuestros ejes de actuación y de las palancas transversales en las que nos apoyamos, hemos identificado nuestras principales líneas estratégicas, definiendo acciones concretas e hitos a alcanzar, con los que seguiremos contribuyendo a la **Agenda 2030** de Naciones Unidas.

Nos hemos adherido 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 en esta década donde todas las organizaciones estamos llamadas con urgencia a la **acción**.



Identificamos nuestro mayor impacto positivo en los siguientes ODS



A lo largo de esta primera Memoria de Empresa Consciente, queremos compartir con nuestros grupos de interés cuál es nuestra hoja de ruta, dónde nos encontramos, cuáles son nuestros objetivos y nuestros resultados, desde la transparencia y la honestidad, sabiendo que tenemos mucho camino por delante, pero sintiéndonos orgullosos de los avances y del equipo de personas que lo hace posible cada día.

El diálogo con nuestros grupos de interés

Nuestro objetivo: compartir valor con todos nuestros grupos de interés.

- Identificando expectativas, anticipándonos a sus necesidades y aportando soluciones,
- A través de un diálogo abierto, transparente y cercano,
- Con nuestro equipo y nuestras marcas como protagonistas del compromiso de la compañía.

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS



Familia/Accionistas

La visión a largo plazo, con un objetivo último que es el legado, propicia estabilidad en la gestión y genera confianza entre los demás grupos de interés, porque la empresa familiar es compromiso con las nuevas generaciones, con el empleo, con el territorio, con la sostenibilidad y con la sociedad.



Empleados

Queremos ser una organización donde las personas sientan orgullo de pertenencia y puedan crecer y desarrollar su talento, conciliando su vida profesional con su vida personal, en un ambiente de trabajo en equipo, seguro, saludable e inclusivo.



Clientes y consumidores

Queremos que nuestros clientes y consumidores nos perciban como sus aliados, aportándoles confianza, servicios de calidad, productos únicos y experiencias memorables.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS



Proveedores

Queremos que nuestros proveedores se identifiquen con nuestros valores, aplicando para ello en toda nuestra cadena de valor criterios que permitan el crecimiento conjunto.



Partners de negocio

Queremos que nuestros aliados avancen con nosotros, basando nuestra relación en la transparencia y la confianza, compartiendo valores y objetivos comunes que repercutan en un beneficio mutuo.



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.



Sector empresarial

Queremos contribuir a defender los intereses colectivos del sector ante las instituciones, potenciando el valor de nuestros productos y definiendo juntos los ejes estratégicos para la mejora de nuestra competitividad.



Instituciones científicas, académicas y culturales

Queremos apoyar la investigación y la difusión del conocimiento en torno a nuestro sector. Queremos contribuir a mantener el legado cultural y social de nuestras comunidades a través de la promoción de la cultura y el arte.



Comunidades locales y sociedad

Queremos ser parte activa en la lucha contra los grandes retos actuales, participando en el desarrollo social y en la protección del entorno, colaborando con entidades sociales y contribuyendo a mejorar el bienestar de nuestra sociedad, empezando por nuestras comunidades más cercanas.

El diálogo con nuestros grupos de interés



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.
- Presidencia de la FEV por CEO de Zamora Company.
- Reuniones, talleres y sesiones de trabajo.
- Foros y eventos sectoriales.



Proveedores

- Relación y atención directa (Áreas de Compras y áreas operativas).
- Evaluación de resultados.



Organismos reguladores

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

Nuestros asuntos materiales

Identificando prioridades.

En 2020 desarrollamos nuestro primer **análisis de materialidad** para disponer de una lista objetiva de asuntos de creación de valor para nuestros grupos de interés, valorando la relevancia y la prioridad de cada uno de ellos.

Hemos evaluado cada asunto a partir de criterios estratégicos para la compañía y de opiniones y expectativas manifestadas por nuestros grupos de Interés, conocidas a través de comunicación directa con ellos 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, los temas han resultado clasificados en cuatro rangos: **estratégicos, significativos, emergentes o de menor impacto.**

Matriz de materialidad 2020



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

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):

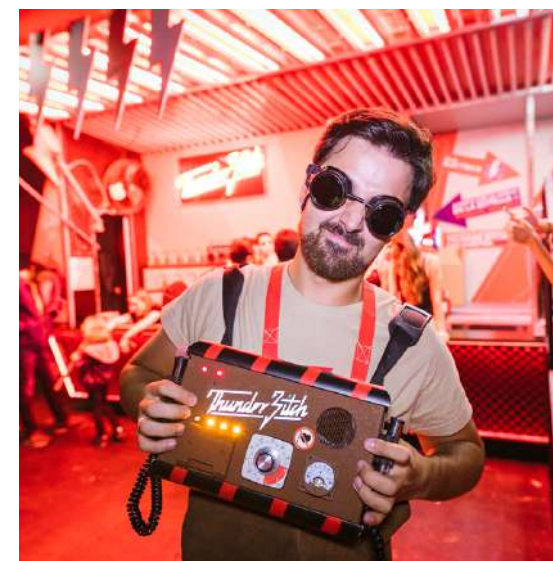
- Consumo de materiales (A1).
- Consumo de agua (A3).
- Biodiversidad (A4).
- Emisiones y cambio climático (A5).
- Efluentes y residuos (A6).
- Evaluación ambiental de proveedores (A8).

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 y de menor impacto:

- 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 materiales resultado de este análisis, proporcionando situación sobre el **enfoque de gestión** para cada tema, así como resultados de los principales **indicadores**.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

**Buen Gobierno
Corporativo**

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



4

Buen Gobierno Corporativo

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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.



Actuamos de forma responsable ante la sociedad a través de una gestión íntegra, honesta y transparente del negocio.

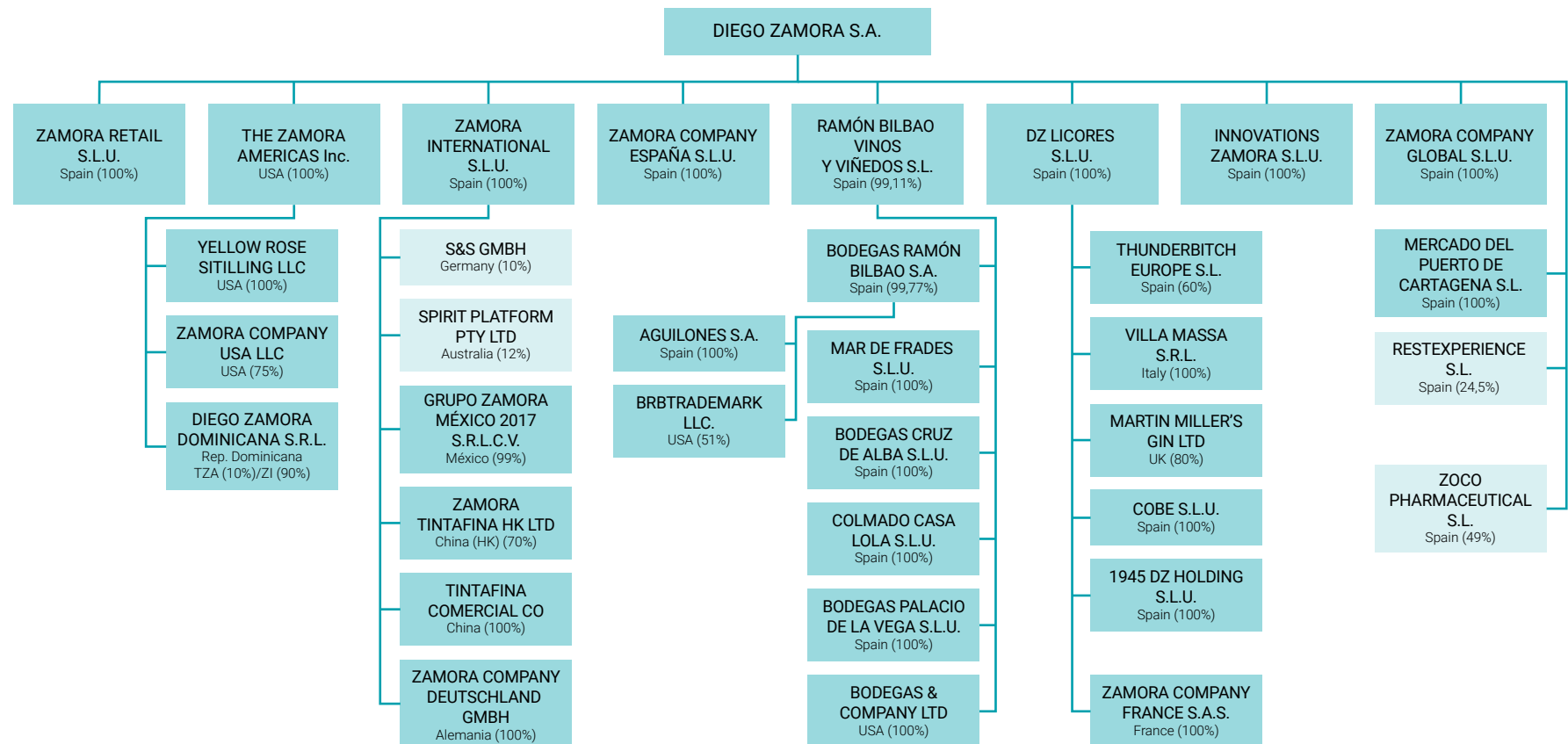


Órganos de gobierno

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:



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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, un consejero externo, dos asesores externos (no consejeros) 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 Consejero Delegado, se definen las direcciones de operaciones y funcionales, que a su vez componen el **Comité Ejecutivo**.

Además de la estructura corporativa como garantía de Buen Gobierno, el Grupo dispone de una serie de **Políticas Corporativas**, las cuales se mencionan a lo largo de esta Memoria, y que constituyen otro de nuestros **pilares de actuación** en cada uno de los ámbitos de gestión. Como más relevantes destacamos, entre otras:

- 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.
- Política de calidad



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

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



Pablo Juantegui
Presidente
de la Comisión
de Auditorías y
Riesgos (CAR)

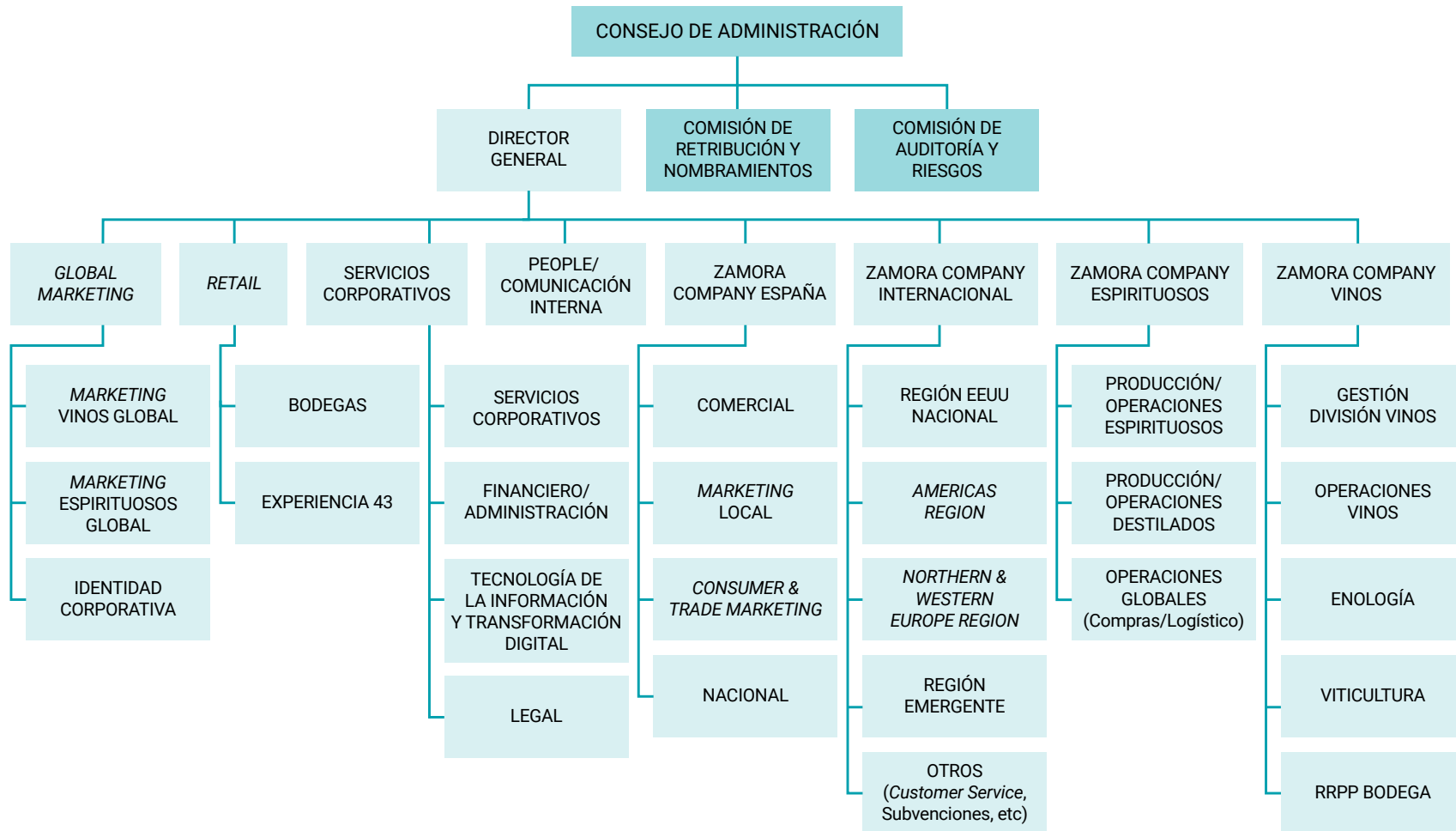


Eric Holzabacher
Presidente de
la Comisión de
Nombramientos y
Retribuciones (CNR)

ASESORES EXTERNOS DEL CONSEJO

Además de todo lo anteriormente mencionado, 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**.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras marcas conscientes

La Compañía

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.

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. En la actualidad se están implementando las medidas necesarias para que dichos riesgos sean gestionados y controlados de forma sistemática y transversal con la participación de todas las áreas del Grupo.

Además del análisis y seguimiento de riesgos penales, la compañía está definiendo un mapa completo de riesgos de negocio, en el que se contemplan de manera específica los riesgos relacionados con las siguientes categorías:

- Riesgos Penales.
- Riesgos Éticos.
- Riesgos de Fraude.



“Nuestro objetivo es mantener un ambiente de confianza, transparencia y rendición de cuentas, necesario para favorecer la estabilidad financiera y la integridad del negocio”

Alberto Miranda Vallín
Legal Manager

- Riesgos de Blanqueo de capitales.
- Riesgos Fiscales.
- Riesgos Mercantiles.
- Riesgos de Competencia.
- Otros riesgos de incumplimiento normativo.

Existe formalmente designado un **Comité de Cumplimiento**, integrado, además de por el **Compliance Officer**, por las funciones de Finanzas, Recursos Humanos, IT y Legal, a lo que se le suma el apoyo de abogados especializados como asesores externos.

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.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Sus funciones se pueden resumir en:

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

Todo ello con los siguientes objetivos:

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

A lo largo del ejercicio 2020 se han revisado aspectos críticos, como análisis del *compliance* internacional, estructura de contratos, desarrollo de políticas de las diferentes áreas de la compañía, supervisión y aprobación de políticas de protección de datos, estudio y resolución de denuncias recibidas, y creación de portal de formación interna.

Como medidas específicas de **prevención de la corrupción**, el Grupo dispone de 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.
- Los empleados de Zamora Company están obligados a evitar cualquier clase de interferencia o influencia de clientes, proveedores o terceros, que pueda alterar su **imparcialidad y objetividad profesional**.
- Los empleados tienen **prohibida la realización de pagos** al contado en el transcurso de las relaciones comerciales o contractuales con



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



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 parte de Zamora Company, incluso a los aspirantes, sobre las consecuencias jurídicas de la corrupción entre particulares en dichas operaciones conforme a las normas y controles establecidos.
- Los empleados están expresamente obligados a **denunciar** a través de los cauces establecidos cualquier indicio de delito del que puedan tener conocimiento en el ejercicio de sus responsabilidades laborales.
- Obligatoriedad de asistencia a la **formación** que se imparta en materia de prevención de riesgos penales.

En enero de 2020 se llevó a cabo una formación específica en *compliance* a la fuerza de ventas en la convención anual del área, a la que asistieron 88 colaboradores. El contenido incluía una explicación de los riesgos de corrupción, revelación de secretos, delito contra la intimidad personal, riesgo de estafa y de delito contra la propiedad industrial, recordando asimismo las herramientas de las que se dispone en la empresa para combatirlos, poniendo especial énfasis en la política de regalos y el código ético.

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

El Comité de Cumplimiento está ya inmerso en el proyecto formativo del año 2021.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



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

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.

Código Ético y de Conducta

Los principios que rigen nuestras actuaciones.

El **Código Ético y de Conducta** de Zamora Company, aprobado por el Consejo de Administración, regula los principios que deben de regir la conducta personal y profesional de todos los sujetos a los que es de aplicación, independientemente del cargo o función que ocupen.

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

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

A través de esta herramienta de comunicación interna se facilita periódicamente a los empleados material didáctico ameno y fácilmente comprensible en torno a la cultura de cumplimiento.

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



<p>Sensibilización</p> <p>1. NO BAJES LA GUARDIA 17/01/2020</p> <p>Compliance en nuestro día a día</p> <p>MORE INFO</p>	<p>Políticas</p> <p>2. ¿LO ACEPTO? 17/01/2020</p> <p>Política de regalos</p> <p>MORE INFO</p>
<p>Ciberseguridad</p> <p>4. CUIDADO CON LOS DETALLES 17/01/2020</p> <p>Ciberdelincuencia vía email</p> <p>MORE INFO</p>	<p>Ética</p> <p>5. DERECHOS HUMANOS 17/01/2020</p> <p>Derechos Humanos</p> <p>MORE INFO</p>

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 de prevención.

Disponemos de un **Canal de Denuncias** que permite a todos los empleados comunicar cualquier incumplimiento del Código Ético y de Conducta, así como de la legislación y normativa interna aplicable.

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.



La confidencialidad del denunciante y la garantía de indemnidad son fundamentales para que el sistema funcione.

Natalia Cano Bernal
Compliance y protección de datos

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

La defensa de los Derechos Humanos es parte de nuestra responsabilidad corporativa.

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

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

La explotación infantil y el trabajo forzoso:

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

Libertad sindical y negociación colectiva:

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

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

Sobre los puntos anteriores, en relación a nuestros empleados, se amplía información en próximos capítulos de esta Memoria.

Respeto a la privacidad de las personas:

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

Este aspecto ha cobrado especial relevancia en 2020 como consecuencia de la situación de pandemia. Dentro de las medidas de compliance en el área de Transformación Digital se incluye control de inventario de activos

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



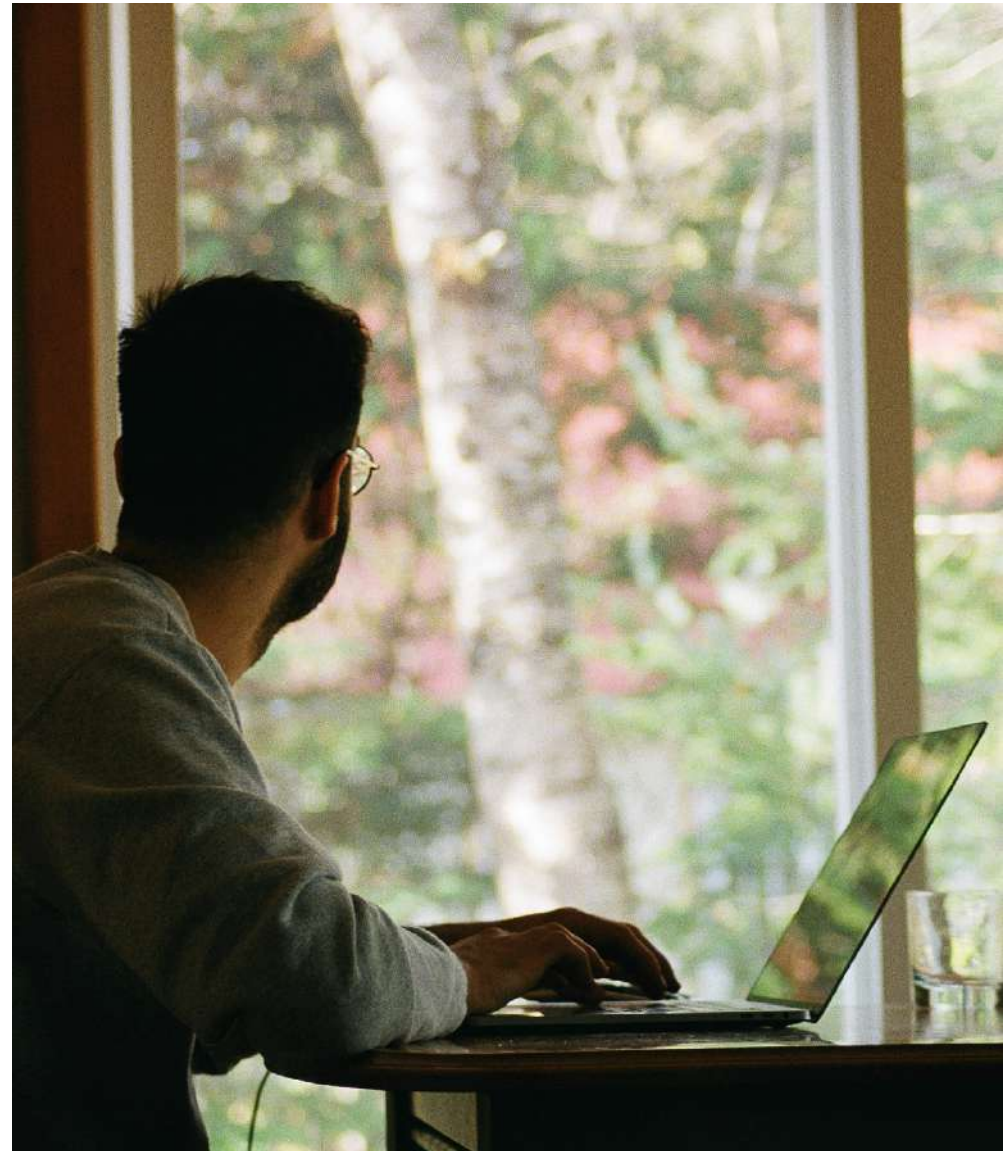
informáticos que los empleados se han llevado a sus domicilios para teletrabajo, así como el inventario de los que utilizan sus propios dispositivos.

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

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

Por otra parte, identificado en el área de Marketing el riesgo más alto en torno a la protección de datos personales, 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 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



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

**Buen Gobierno
Corporativo**

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



de Ciberseguridad español, alineados con las tendencias y prioridades que ahí se recogen.

Corrupción y soborno:

Como ya se ha tratado anteriormente, el Grupo trabaja con medidas que evitan la corrupción y la castiga en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el chantaje o soborno.

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. Es por ello por lo que está adherida a los códigos y políticas de Autorregulación Publicitaria de la FEV y FEBE.

Medio Ambiente:

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

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

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

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.

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.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Adhesión a iniciativas externas

Fortaleciendo nuestro compromiso.

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.

En este sentido, destacamos algunas de estas iniciativas.



En 2020 Zamora Company inició el proceso de adhesión en calidad de firmante a la **Red Española del Pacto Mundial** de Naciones Unidas, entrando también a formar parte de la Red Global, la mayor iniciativa a nivel mundial en desarrollo sostenible. Este proceso ha terminado en 2021.

Nos comprometemos de esta manera con los **Diez Principios** que derivan de declaraciones de Naciones Unidas en materia de **derechos**

humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción, y que gozan de consenso universal.

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.

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



ESPIRITUOSOS
ESPAÑA

FEBE – Federación Española de Bebidas Espirituosas



Asociación Española de Compliance

ASCOM – Asociación Española de Compliance



ANDEMA – Asociación para la defensa de la Marca



FIAB – Federación Española de la Industria de Alimentación y Bebidas

ELITE SPAIN



ÉLITE SPAIN – Federación Española del Lujo



Foro de Marcas Renombradas Españolas

RMRE – Foro de marcas Renombradas Españolas

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



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



AMEFMUR – Asociación Murciana de la Empresa familiar del Vino



COEC – Confederación Comarcal de Organizaciones Empresariales de Cartagena



ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS P.I. LOS CAMACHOS



CEEIC – Centro Europeo de Empresas e Innovación Cartagena



Cámara
Cartagena

CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

**Empleados
empoderados**

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



5

Empleados empoderados

Empleados empoderados



“Son nuestros mejores embajadores, protagonistas de las iniciativas que dan forma a nuestro modelo de Empresa Consciente para hacer realidad nuestro legado de futuro”

Querubina Hernández Vivancos
Dirección de Personas - Operaciones y
Servicios Corporativos

Nuestras líneas estratégicas para ser una gran empresa donde trabajar

Desarrollo profesional

Queremos atraer y mantener el mejor talento para llegar más lejos. Apoyamos a nuestros profesionales para adaptarnos a un mundo en constante cambio, actualizando sus conocimientos y habilidades.

Salud, seguridad y bienestar laboral

Cuidar del equipo es una de nuestras prioridades, para contar con personas felices, motivadas y productivas en un entorno seguro y saludable.

Conciliación, diversidad e inclusión

Promovemos un ambiente de trabajo en el que todas las personas son valoradas y cuentan con las medidas necesarias para poder conciliar su vida laboral y personal.

Equipo consciente

Queremos empoderar a nuestros empleados para que lideren la transición hacia el modelo de Empresa Consciente.

**Great
Place
To
Work®**

Zamora Company participó ya en el año 2019 en la iniciativa **GPTW (Great Place to Work)**, lo cual confirma la intención de la compañía de recoger la opinión de sus empleados y alinearlos hacia un objetivo común de mejora de procesos y búsqueda de su satisfacción, identificando retos y fortalezas con el objetivo de fidelizar y atraer talento.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 COVID-19

El año 2020 ha estado marcado por la irrupción de la COVID-19, suponiendo un gran reto a todos los niveles y obligando a reorganizar procesos, dando prioridad a preservar el empleo y salvaguardar la salud de nuestro equipo, contribuyendo en la medida de lo posible a superar la emergencia nacional.

El cierre de la hostelería y las posteriores restricciones han impactado de lleno en nuestro sector, y nuestros profesionales han demostrado un compromiso humano y profesional ejemplar en los momentos más críticos del 2020.

Conscientes del importante impacto negativo del cese de la actividad para nuestros empleados, se desplegaron una serie de medidas para paliar los efectos de la situación vivida, tanto durante el confinamiento como en el progresivo retorno al trabajo presencial en momentos de gran incertidumbre, poniendo a las personas en el centro de nuestras decisiones.

Se creó un equipo multidisciplinar que ha seguido puntualmente la evolución de los acontecimientos y su impacto en las operaciones de la empresa, y desde las diferentes áreas se han llevado a cabo protocolos y políticas alineadas con las recomendaciones sanitarias y administrativas de organismos públicos.

Nuestra máxima prioridad desde el comienzo de esa situación fue la de trabajar para la protección y



“El COVID-19 ha trastocado la economía global de forma antes inimaginable, pero para mí también ha demostrado la resiliencia y la determinación del equipo Zamora Company y nuestros socios frente a la adversidad.

Las relaciones forjadas en tiempos de crisis, sin duda, resultarán en lazos más fuertes, y espero liderar nuestro negocio de APAC hacia un futuro más brillante post-COVID”

Alfred Goh

Area Director, Asia Pacific

seguridad de todos nuestros empleados. Aplicamos el teletrabajo inmediatamente y desde casa pudimos seguir trabajando por la continuidad de negocio, la seguridad de las personas y la garantía del mantenimiento del empleo, aplicando temporalmente medidas de reajustes durante los tres meses de confinamiento, en los cuales garantizamos el salario mensual fijo a todos nuestros empleados.

Otras medidas excepcionales se van exponiendo a lo largo de esta Memoria.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

**Empleados
empoderados**

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Empleo

Nuestro equipo.

A cierre de 2020, contamos con un equipo formado por **507 profesionales**.

Esta cifra fue de 512 a cierre de 2019.

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% en sociedades internacionales, el mayor porcentaje en USA.

Nuestro equipo



85%

de contratos indefinidos.
Zamora Company España



98%

de nuestros empleados
cubierto por convenio
colectivo



14

convenios colectivos



40%

recibe evaluación de su
desempeño ligado a bonus

* En el Estado de Información No Financiera 2020 del Grupo Zamora Company, disponible en la Web Corporativa, se pueden consultar datos detallados y desglosados, por grupos funcionales, relativos al empleo y a las modalidades de contratación, así como sobre remuneraciones medias y su evolución.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Salud, seguridad y bienestar laboral

Una prioridad global.



La pandemia provocada por el COVID -19 ha situado la salud como una prioridad absoluta en términos globales y a todos los niveles. Su impacto en muchos sectores productivos, así como en la hostelería y en el sector turístico, ha resultado devastador, obligando a responder con contundencia en términos de gestión de la seguridad y la salud de las personas.

En el Grupo Zamora Company siempre hemos sido conscientes de nuestras obligaciones y de la necesidad de llevar a cabo una política activa en Prevención de

Riesgos Laborales, lo cual nos ha facilitado la adopción de medidas especiales urgentes para afrontar la crisis sanitaria.

De manera general se adoptan las medidas necesarias para la eliminación de los factores de riesgos y accidentes a través de la implantación, en todos los ámbitos, de políticas de prevención reales y adaptadas en todos los casos a la legislación vigente.

Así hemos actuado también en 2020, adoptando **medidas excepcionales COVID**, que se han ido revisando y actualizando en función de la situación sanitaria en cada momento.

Todos los empleados han sido formados en conocimientos y protocolos relativos a Seguridad y Salud por la situación de pandemia.

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

En cuanto a la coordinación de actividades con otras empresas en las instalaciones de Zamora Company, se estableció la

prohibición de recibir visitas externas, salvo aquellas estrictamente imprescindibles y con la autorización del responsable directo, llevándose un registro detallado para garantizar la trazabilidad de todos los contactos, tanto internos como externos. Para facilitar esta trazabilidad se formalizaron grupos burbuja por área/función y turnos de asistencia a los centros de trabajo.

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

Por otra parte, se prohibieron los viajes de empleados salvo los que resultasen imprescindibles, con la aprobación del responsable directo y la Dirección.

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

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



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

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

Nuestra organización preventiva

El Grupo Zamora Company, a cierre de 2020, mantiene formalizado concierto con dos **Servicios de Prevención de Riesgos Laborales** que abarcan la totalidad de las sociedades en España.

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



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

**Empleados
empoderados**

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



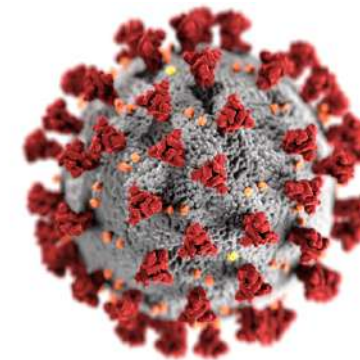
que se estimen necesarios en cada caso (condiciones medioambientales y ruido, entre otros).

- 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 2 Delegados de Prevención.

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.



Indicadores de seguridad y salud laboral (2020)

Tasa de absentismo

1,47

Índice de frecuencia

7,67

Índice de incidencia

13,46

Índice de gravedad

0,21

Nº de accidentes

8

Nº de enfermedades profesionales

0

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

**Empleados
empoderados**

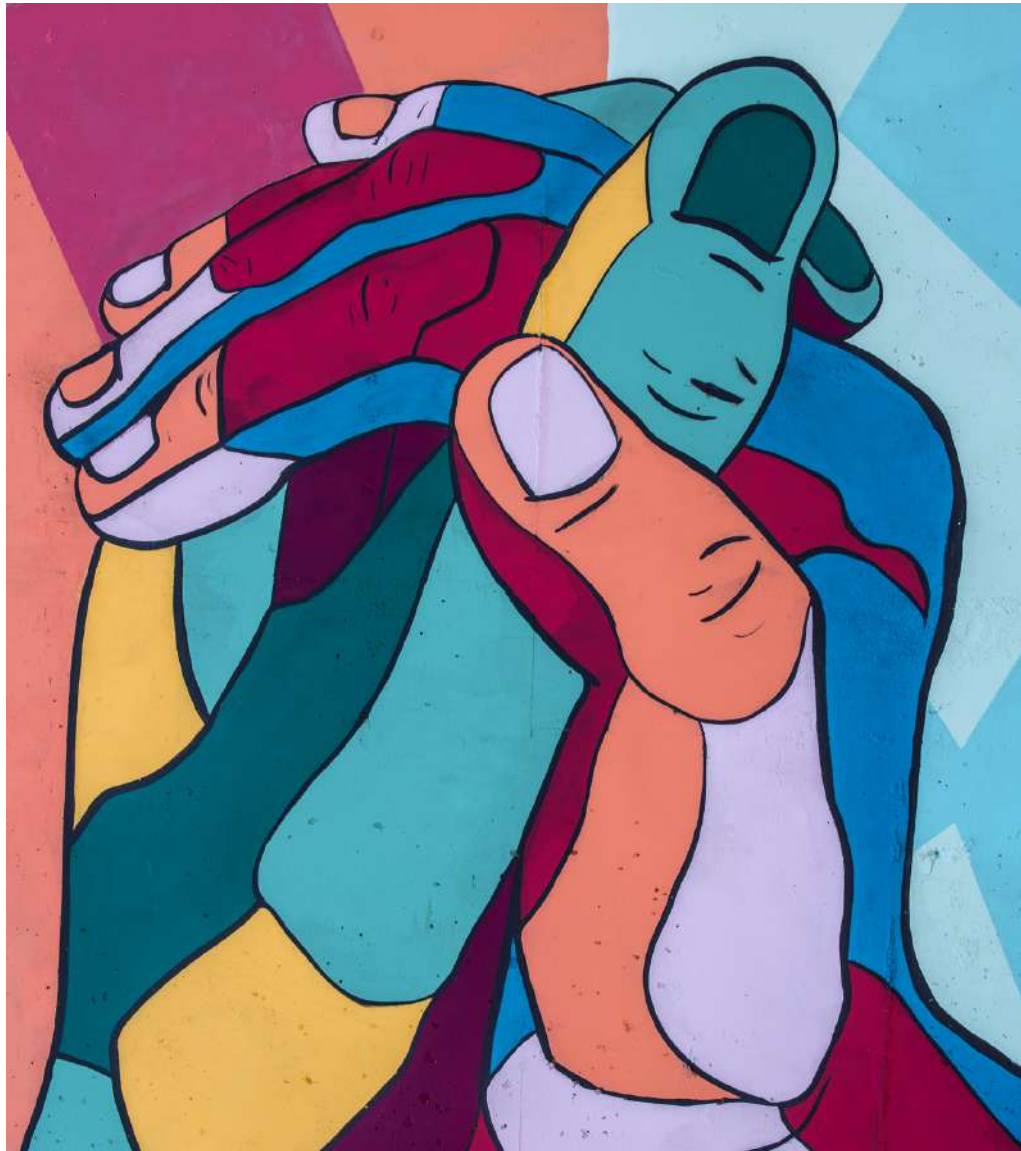
Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Conciliación, diversidad e inclusión

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

Fomentamos valores que apoyan la diversidad de culturas, puntos de vista y experiencias de vida, comprometidos con promover un ambiente de trabajo en el que todas las personas se sientan partícipes de la misma misión y donde se respeten y se valoren sus opiniones. Estamos convencidos de que así se favorece el diálogo social y laboral, generando ideas que ayudan a impulsar la innovación y la excelencia operativa.

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 dicho Código se recogen explícitamente los principios de:

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

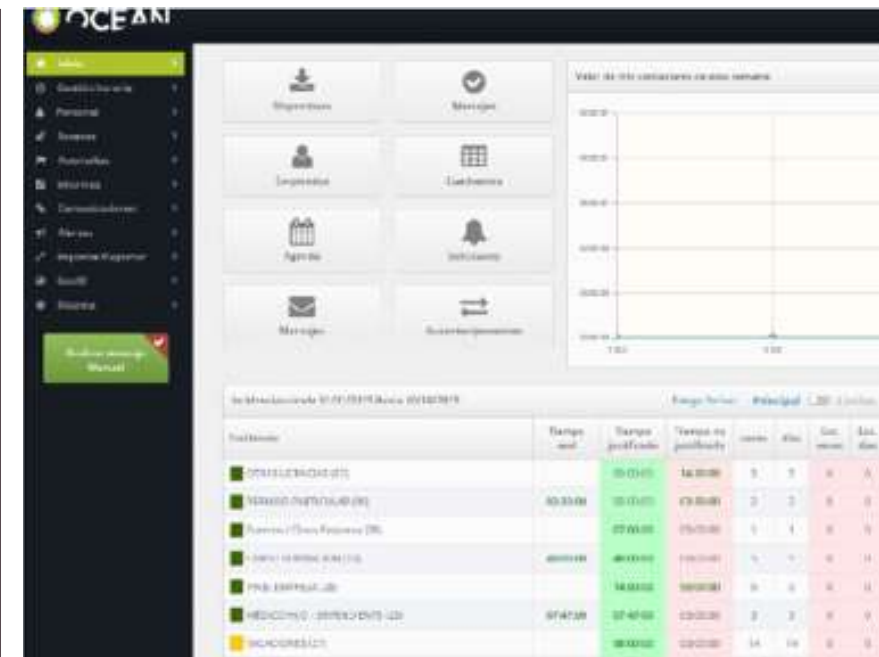
Disponemos de una **Política de igualdad** en materia de personal y de un **Handbook de empleado** en USA, donde se recogen las obligaciones respecto a estos derechos.

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

Se considera fundamental el cumplimiento de la legislación laboral en todos los lugares en donde opera la compañía, facilitándose asimismo la **flexibilidad horaria** como política de trabajo. El Grupo cuenta con una **Política de flexibilidad horaria** aplicable a todos los empleados que no realizan tareas de producción o mantenimiento de las instalaciones.

Para el control del tiempo y las jornadas desarrolladas, todos los empleados tienen acceso a **“OCEAN”**, una aplicación de gestión de tiempos implantada en todas nuestras sedes nacionales e internacionales, donde se hace el contaje del tiempo efectivo trabajado y tiempo disponible, así como la solicitud de vacaciones, licencias retribuidas y otros permisos a los responsables directos.

Por otra parte, la compañía se encuentra en proceso de desarrollo de su **Plan de Igualdad**, conforme a los recientes requerimientos legales e incluyendo todas aquellas medidas necesarias para su adecuada implementación a lo largo del 2021.



«Ocean», la aplicación de gestión de tiempos implantada en nuestras sedes.

Para facilitar la **conciliación** hemos aprobado en 2020 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.

Como se ha mencionado anteriormente, el equipo multidisciplinar constituido para abordar la situación de crisis COVID, ha seguido puntualmente la evolución de los acontecimientos y su impacto en las operaciones de la empresa, y desde las diferentes áreas se han llevado a cabo protocolos y políticas alineadas con las recomendaciones sanitarias y administrativas de organismos públicos.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 **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.

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.

Por tanto, la garantía de protección de este colectivo parte del mismo esquema que del resto de personas empleadas, es decir, de la evaluación de riesgos específicos y adopción, en su caso, de medidas necesarias para evitar la exposición al riesgo laboral. Se parte del conocimiento sobre cuáles son las dificultades a las que la persona con discapacidad 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.

Disponemos de un **Protocolo de actuación para la prevención del acoso en el trabajo**, para fomentar la integración y asegurar el respeto a la diversidad, no tolerando ningún tipo de acoso en el trabajo, ya sea el acoso moral (*mobbing*), como el acoso sexual, físico o verbal, y por ningún medio.

Para la vigilancia interna de estos aspectos, los empleados tienen a su disposición el ya mencionado **Canal de Denuncias**, gestionado externamente con garantía de confidencialidad. Hasta la fecha no se ha registrado ninguna vulneración de nuestros principios de conducta.

Periódicamente todos los empleados reciben **formación** y sensibilización acerca de los valores y código de conducta de Zamora Company.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 DIVERSIDAD (2020)

Igualdad de género

34,7%
de mujeres

En el año anterior este porcentaje fue del 38,5%.

16% de los
puestos directivos
(banda A y B)
son ocupados
por mujeres

20% en 2019.

100%
reincorporaciones
tras permisos
de maternidad
y paternidad

Mismo dato en 2019.

1 mujer en
Consejo de
Administración

Mismo dato en 2019.

1 mujer en
Comité de Dirección

Mismo dato en 2019.

Diversidad generacional

60% entre
30 y 50 años

No hay variaciones significativas respecto a 2019.

21% por
encima de 50 años

No hay variaciones significativas respecto a 2019.

19% por
debajo de 30 años

No hay variaciones significativas respecto a 2019.

Diversidad cultural

78%
de españoles,
9% estadounidenses,
4% italianos

19
nacionalidades

El resto corresponde a datos muy atomizados y no hay variaciones significativas respecto a 2019.

Diversidad funcional

1,43% empleados con algún tipo de discapacidad

1,25% en el período 2019.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Equipo consciente

Queremos liderar el cambio, porque estos tiempos exigen líderes responsables e inspiradores.

Como compañía, queremos liderar de manera consciente y comprometernos para asumir el rol de **incluir, guiar, inspirar y compartir conocimiento**, posibilitando alianzas, siendo más competitivos y posicionándonos como compañía líder en sostenibilidad.

Para ello, **nuestro equipo consciente**, integrado por todos y cada uno de nuestros empleados, es la pieza clave en el día a día, y **su voz, sus ideas y sus acciones** adquieren la máxima relevancia a la hora de hacer realidad nuestro legado de futuro.

Nuestros empleados son los verdaderos **protagonistas** de las iniciativas y proyectos que lanzamos para dar forma a 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 previstos para el 2021.

Para alcanzar nuestros objetivos, necesitamos contar con profesionales alineados con los valores de la compañía, logrando un elevado nivel de compromiso y orgullo de pertenencia.



El compromiso y la pasión de nuestros profesionales es la palanca de nuestro éxito.

Cristina González Fernández
HR Business Partner & Wines Support



Nuestro objetivo

Crear, capacitar y empoderar un equipo interno de Embajadores de Empresa Consciente que nos permita liderar el cambio.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 característica que mejor define a las personas que trabajamos en Zamora Company es la **pasión** por lo que hacemos y cómo lo hacemos, además del enorme compromiso y responsabilidad por sacar adelante cada proyecto que se nos presenta.

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**. Consta de diferentes cursos liderados por los responsables de las áreas con las que los empleados tendrán más contacto para el desempeño de su trabajo. Generalmente, la primera jornada se realiza en la sede de Cartagena, por ser la ubicación donde se encuentra la planta de producción de Licor43 (Marca fundadora del grupo) y una gran parte de las áreas de soporte corporativo. Las jornadas sucesivas y dependiendo del puesto que ocupe la persona en cuestión, se organizan desplazamientos a las diferentes sedes.

Una parte principal del programa es la visita a nuestro museo donde se explica la historia y el origen de la compañía desde los comienzos de la marca. Esto permite a las nuevas incorporaciones adentrarse en la **cultura de Zamora Company**, compartiendo los valores y misión del grupo, además de darles 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.

Comunicación interna

El **Portal de Comunicación** es el canal habitual para transmitir comunicados a los empleados. Para nosotros, no es sólo una herramienta de comunicación, sino una búsqueda constante de mantener a nuestros empleados implicados, orgullosos y comprometidos con lo que hacemos.



El portal de Comunicación Interna, sitio web al que solo tienen acceso los empleados de Zamora Company, nació de la necesidad por parte de

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 compañía de compartir con los empleados (antes que con nadie) todo tipo de comunicaciones.

Las secciones más relevantes son:

- **Sobre Nosotros.** Apostamos por la transparencia de la compañía hacia los empleados, pero también de los empleados entre todos nosotros. Por eso hemos creado, dentro de esta sección, la pestaña **“El Espejo”**, donde están disponibles para todos los empleados 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:** sección dedicada a informar a los empleados. Se compone de las pestañas **“Comunicados”** y **“Notas de prensa”**.
- **Distrito ético:** dedicada a todo lo relativo a políticas y procedimientos de compliance y riesgos penales. Consta a su vez de tres pestañas: una para informar, **“Comité de Compliance Informa”**; otra para sensibilizar, **“Historias de Compliance”**; y una para **“Políticas”**, donde todos los empleados pueden acceder a los documentos corporativos aprobados y vigentes en cada momento.
- **Vacantes:** para publicación de todas las vacantes que van surgiendo dentro del Grupo, sincronizada 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.

Teletrabajo y digitalización del puesto

A raíz del confinamiento provocado por la pandemia, el trabajo en remoto se ha convertido en una modalidad de trabajo común, por lo que nos hemos enfocado en reforzar una serie de medidas y procedimientos destinados a facilitar la adaptación al teletrabajo, el desarrollo de competencias digitales y la conciliación entre la vida laboral y personal.

La crisis del COVID-19 provocó que gran parte de nuestros equipos trabajase desde casa. Para acompañarlos a sobrellevar este nuevo entorno laboral, el contenido de las comunicaciones se enfocó a fomentar el bienestar físico y emocional de nuestros empleados, así como a dotarles de las herramientas necesarias para adquirir los nuevos hábitos que implica un trabajo virtual y en remoto.

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. La combinación de ambos progresos permitirá el desarrollo de las políticas y estrategias de la empresa.

La situación vivida durante el ejercicio 2020 y la necesidad de teletrabajo, nos ha obligado a consolidar de manera definitiva el modelo de **formación online**. El **54,34%** de las formaciones realizadas se han impartido bajo esta modalidad no presencial.

Los objetivos formativos 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.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 objetivos específicos se elaboran con las opiniones, sugerencias y valoraciones de los responsables sobre sus propios equipos. Para esta fase se dispone de un cuestionario estandarizado para la detección de las necesidades formativas. La implicación de las personas en este proceso es clave para garantizar la correcta identificación de las necesidades formativas de los equipos y, en consecuencia, el ajuste del Plan de Formación a las necesidades del negocio y de nuestros empleados.

Acciones formativas desarrolladas en 2020:

MATERIA	Nº AF
TÉCNICA/HABILIDADES	41
PRL	64
ADMINISTRACIÓN	19
LEGAL	17
CALIDAD	17
PRODUCCIÓN	7
RRHH	8
MARKETING	21
INFORMÁTICA	9
FINANCIERO	2
IDIOMAS	9
SUPPLY CHAIN	7
COMERCIAL	1

Objetivos formativos del ejercicio 2020:

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

**Empleados
empoderados**

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Del total planificado y a pesar de la situación excepcional vivida durante 2020, hemos logrado impartir el 59,49% de la formación prevista, lo cual supuso un total de **5.576 horas** impartidas en las que participaron 745 empleados, correspondiendo a una media 11 horas/empleado.

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

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

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.

Equipo Empresa Consciente

El compromiso de Zamora Company con la sostenibilidad se pone de manifiesto en la figura del **Conscious Company Manager**, integrado en la Dirección de Servicios Corporativos, dependiente directamente del máximo ejecutivo de la compañía.



Nuestro equipo mantiene vivos y fuertes los valores esenciales de nuestros fundadores, moldeando la personalidad de la compañía y haciéndola diferente a otras.

Isabel Segado Navarro

HR Business Partner Operations & Corporative Services

Desde esta Dirección se viene avanzando en diferentes acciones y en la publicación de la información más relevante hacia los grupos de interés, tanto internos como externos.

Con periodicidad mensual se lanzan publicaciones internas con objeto de dar a conocer los compromisos de Zamora Company con la Agenda 2030, sensibilizando sobre la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como compañía y también desde el ámbito personal.

Está prevista la creación de un **Comité de Empresa Consciente**, integrado por personas de todas las áreas de la compañía, que desde una perspectiva multidisciplinar, permita impulsar la estrategia alineada en todo momento con los objetivos del negocio y la situación particular de cada una de las sociedades.

Asimismo, está previsto también nombrar formalmente una **Red de Embajadores de Empresa Consciente**, liderados y coordinados por el área corporativa. Estas personas recibirán una formación específica para desempeñar su labor, permitiendo un despliegue efectivo de las directrices marcadas en el Plan de Empresa Consciente.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

**Consumidores y
clientes**

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



6

Consumidores y clientes

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

Transformamos en realidades las preferencias y necesidades de nuestros consumidores.



“Atendemos las demandas de consumidores cada vez más conscientes y exigentes, innovando de manera sostenible en nuestros productos y servicios”

Inés Varas
Directora de Innovación



“Nuestro objetivo es ofrecer productos auténticos, de máxima calidad y capaces de satisfacer las demandas de los consumidores, siempre asumiendo nuestra responsabilidad frente a ellos”

Adrián Subia
Director de Operaciones de Espirituosos
Planta Dicastillo

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.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

Asumimos nuestra responsabilidad social y nuestro papel crucial de cara a sensibilizar y fomentar un consumo responsable.

Para fomentar un consumo responsable, Zamora Company actúa en varias líneas diferentes y complementarias:

1. Colaboramos con el sector para erradicar problemas de adicción y **alejamos el consumo de alcohol de colectivos y situaciones de riesgo**, tales como menores y mujeres embarazadas, o alcohol y conducción.
2. **Ampliamos nuestro portfolio** de productos con menor graduación alcohólica.
3. **Fomentamos mejores hábitos de vida** para nuestros consumidores y el conjunto de la sociedad.
4. Generamos confianza a través de un **marketing responsable** y de la **transparencia informativa** respecto a nuestros productos.

Esta labor, como agente dinamizador, no nos resultaría posible sin toda la acción conjunta del sector, con quienes compartimos esta responsabilidad y numerosos objetivos y acciones concretas.

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

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

1. Elegir

Para los consumidores: ayudarles a elegir (cuándo beber o no).

Para los canales: actuar responsablemente con el cliente (NO sirviendo).

2. Compartir

Para los consumidores: explicándoles que el vino se comparte, como disfrute social y desde el concepto de *slow wine*.

Para los canales: formar al profesional sobre cómo se debe disfrutar del vino.

3. Cuidar

Para los consumidores: evitar el exceso y marcar quién no debe beber nunca.

Para los canales: cuidar a los clientes.

WINE_{in}MODERATION

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 cabe destacar numerosas acciones que Zamora Company apoya para un consumo responsable a través de su participación en FEBE - Espirituosos España:



Encuentros con familias dentro del Programa:
“Menores: ni una gota. Más de 100 razones para que un menor no beba alcohol”.

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



Participación en el Programa **“Noc-turnos”**, contra el binomio alcohol y conducción, fomentando la figura del conductor alternativo y los turnos entre los jóvenes.



Campañas de colaboración con distribuidores para el **fomento del consumo responsable**

y programas de formación en consumo responsable en adultos.



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



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.

Este Código ha sido renovado en 2018 y profundiza en la protección a los menores y en las nuevas formas de comunicación digital. Además, supone un refuerzo de los aspectos relacionados con menores, embarazadas y conducción, con la inclusión voluntaria, tanto en las comunicaciones comerciales como en el etiquetado, de tres nuevos pictogramas.

Nuestra marca Zoco se ha adherido de manera voluntaria al etiquetado nutricional según compromiso adquirido en 2020 con el sector a través de FEB.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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, el sector de bebidas espirituosas fue de los primeros sectores en España que apostaron por la creación de un código de autorregulación de sus comunicaciones comerciales.

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 y promoviendo patrones de moderación y responsabilidad en el consumo.

Este Código es el fiel reflejo del compromiso del sector, que voluntariamente regula sus comunicaciones ampliando además las restricciones recogidas en la legislación. Así, este sistema somete las comunicaciones comerciales de las empresas a un estricto sistema de control, avalado por organismos independientes como Autocontrol.



Innovación

Desarrollamos nuevos productos y apostamos por nuevas líneas de negocio, consolidando nuestro portfolio para continuar ofreciendo experiencias de consumo para todos los momentos.

Disponemos de un nutrido portfolio de referencias que satisfacen diferentes expectativas de consumidores; seguimos avanzando en ello, apostando por productos innovadores que dan respuesta a la demanda creciente de productos compatibles con mejores hábitos de vida.

En el ámbito de las bebidas espirituosas, como ejemplo de productos con baja graduación alcohólica, destacamos el **Cocktail 43 Fresco**, con bajo contenido en alcohol y primer producto RTD (“listo para tomar”) en la historia de nuestra empresa, que en los últimos 75 años ha combinado con éxito el conocimiento y la innovación en materia de licores, con una anticipación de la creciente demanda de deliciosas opciones de bajo contenido en alcohol, con ingredientes naturales de calidad y en formatos adecuados.



El producto se inspira en nuestras raíces españolas, envasado en una botella de primera calidad, hecha a medida con un líquido que ofrece los sabores característicos de nuestro Licor

43 Original mezclado con auténticos zumos de fruta para ofrecer un sabor delicioso y fresco.

Sara Guillen
Manager I+D+i



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Cocktail 43 Fresco Berry ha recibido un premio de oro por su delicioso sabor dentro de la degustación a ciegas de *"The Spirits Business Awards 2020 Low & No Masters"*.

Además, The Spirits Business reconoció a Cocktail 43 Fresco como uno de los 50 mejores lanzamientos de bebidas espirituosas innovadoras en 2020.

Otro de nuestros productos innovadores ha sido **Licor 43 Horchata**, una fusión de Licor 43 Original y la tradicional Horchata de Valencia. La nueva **fórmula sin lactosa** y

100% apta para veganos ha nacido para dar respuesta a los consumidores más conscientes de la salud y ha sido reconocida con la Doble Medalla de Oro en los prestigiosos premios SIP Diseño y Packaging de Global Spirits Masters 2020.



Destacamos también como otro producto innovador de nuestras marcas, la **variedad orgánica** de Lolea, **Lolea Garnacha**.



“¿Por qué nuestros abuelos, nuestros antepasados, plantaron viñas en sitios tan imposibles? ¿Por qué usaron variedades específicas para esos parajes? ¿Qué vinos obtenemos si los aislamos?

Nos gustaría responder a todo esto. Queremos interiorizar esa riqueza, obtener vinos diferentes y dar complejidad a nuestro catálogo para que el consumidor de vino encuentre satisfechas casi todas sus necesidades en nuestra oferta.

Queremos que nuestro consumidor disfrute con nosotros, con nuestros vinos, tanto como nosotros lo hacemos elaborándolos”.

Rosana Lisa,
Directora de Innovación y Directora Técnica
adjunta de Bodegas Ramón Bilbao.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 innovación, en el ADN de Ramón Bilbao

La innovación forma parte de nuestro ADN y desde Ramón Bilbao se trabaja de manera continuada en nuevos proyectos.

Se ha presentado recientemente Salt Rosè: nos reinventamos y extraemos del aroma de nuestro Rosado, una sal líquida perfecta para darle un toque Premium a las recetas de verano. La **Sal Rose** ha sido creada mezclando la esencia de un exclusivo manantial natural de alta concentración salina junto con las propiedades del Rosado: aromas de flores, pomelo, y cítricos.

Nos adaptamos a los tiempos que corren, **poniendo nuestra innovación al servicio de nuestros consumidores** y en general de una sociedad en la que cada vez hay más apasionados de la cocina.

Tenemos en marcha otros muchos proyectos que verán la luz en los próximos meses.



MAR DE FRADES
ALBARIÑO ATLÁNTICO

Vinos veganos
certificados de
Mar de Frades y
Ramón Bilbao



¿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.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

Ofrecemos la máxima garantía sanitaria a la vez que mantenemos los parámetros de calidad que hacen únicos a nuestros productos.

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

Para Zamora Company es prioritaria la calidad y la seguridad alimentaria, por lo que realizamos rigurosos análisis y controles para ofrecer a nuestros consumidores la total **seguridad** y la máxima **garantía sanitaria**, unido a 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.

Las **certificaciones en calidad y seguridad alimentaria** de las que dispone el Grupo, por centros de trabajo,

para garantizar la calidad del producto, y por entre, la salud y la seguridad de sus consumidores son las siguientes:

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



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

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

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 2020 no se detectaron 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, siendo fundamental que se recaben y almacenen adecuadamente.

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

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

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

- Implementar el valor de la Seguridad de la Información en el conjunto de la Organización.

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

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

- Proteger los activos de la información de amenazas, ya sean internas o externas, deliberadas o accidentales, con el objetivo de garantizar la continuidad del servicio ofrecido a nuestros clientes y la seguridad de la información.
- Establecer un plan de seguridad de la información que integre las actividades de prevención y minimización del riesgo de los incidentes de seguridad en base a los criterios de gestión del riesgo establecidos por el Grupo.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



- Proporcionar los medios necesarios para poder realizar las actuaciones pertinentes de cara a la gestión de los riesgos identificados.
- Definir como marco de gestión de la seguridad el compromiso de mejora continua, utilizando de referencia, no obligatoria, la norma ISO/IEC 27002 como conjunto de buenas prácticas para la gestión de la seguridad de la información.
- Asumir la responsabilidad en materia de concienciación y formación en seguridad de la información, como medio para garantizar el cumplimiento de esta política.
- Extender nuestro compromiso con la seguridad de la información a nuestros empleados y proveedores.

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

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

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

Se han adoptado medidas que garantizan que sólo se traten los datos necesarios en lo relativo a la cantidad, 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

Zamora Company siempre al lado de sus clientes, también en los peores momentos de la crisis COVID-19.



“Cómo vivimos la irrupción del COVID:

El primer lunes tras decretarse el Estado de Alarma, 16 de marzo de 2020, fue lo más parecido al fin del mundo comercial; recibimos desde todas las regiones cientos de cartas de clientes en las que se nos notificaba que «debido a la declaración de Alarma no harían frente a ningún pago».

A pesar de lo crítico de la situación, mantuvimos nuestro apoyo a nuestros colaboradores, no retiramos producto y logramos sacar adelante la situación con una enorme flexibilidad, gracias a la madurez del equipo y al conocimiento de nuestros clientes.

Nos volcamos en poner en marcha, en muy pocos días, las estrategias y directrices para acercar nuestro producto al consumidor en sus casas: fue un éxito total, con todo un equipo sumando esfuerzos por salir adelante.

Cuando se inició la apertura de la hostelería con tantísimas limitaciones, se configuraron una serie de herramientas comerciales sencillas, fáciles de implementar y, sobre todo, que no supusieron un desembolso económico alto para nuestros clientes de Hostelería que atravesaban el peor momento.

Fueron muchas horas de locura trabajando en nuestras casas, sin poder hacer tan siquiera una vida en familia normal, con jornadas interminables, atendiendo cada incidencia (llegaban por cientos), y creo sinceramente que TODOS estuvimos a la altura y logramos un resultado de cierre de año que no podíamos imaginar.

Trabajamos con una gente increíble y el Covid-19 nos puso a prueba, pero creo que aprobamos y CON NOTA”.

Carlos Gallego Labajo
Director Comercial Zamora Company España

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Las opiniones y preferencias de nuestros consumidores y clientes son para nosotros una gran fuente de inspiración.

Thomas Clamens
Managing Director International

Hemos establecido directrices eficaces para recopilar, analizar y utilizar la información sobre la **satisfacción de nuestros clientes y consumidores** como una valiosa fuente de información sobre la experiencia asociada a la percepción de nuestros productos y servicios, así como con la atención recibida.

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

Nuestros sistemas de gestión aseguran disponer de fuentes de información tales como:

- Cuestionarios y encuestas específicos.
- Respuestas a comunicación con los clientes.
- Quejas recibidas por contacto directo con la compañía.
- Recopilación y análisis de datos de rendimientos.

- Grupos de discusión, presentaciones en ferias, trabajos técnicos-científicos y estudios especializados.
- Informes de organizaciones de consumidores u otras organizaciones.
- Estudios del sector, de mercado y de posición competitiva.

Tratamiento de comunicaciones y reclamaciones

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

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

Solo una pequeña parte de las incidencias recogidas hacen referencia al propio producto y **no hemos recibido ninguna reclamación 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.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

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.

En 2020, se vivió una atípica temporada de vendimia, marcada por ser la primera bajo los efectos de la Covid-19. Las bodegas de **Ramón Bilbao** en **Haro** (La Rioja) y **Rueda** (Valladolid) y la bodega de **Mar de Frades** (Pontevedra) establecieron entonces una serie de medidas preventivas para garantizar la máxima seguridad de personal propio y visitantes, así como unos protocolos de actuación muy concretos de cara a las visitas, para hacer de estas experiencias sensoriales planes atractivos y alejados de riesgos.

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

Certificado **"Safe Tourism Certified"**

En este contexto, Ramón Bilbao presentó en 2020 varias actividades de enoturismo responsable, que gozaron de todas las garantías de seguridad y medidas de prevención contra la pandemia, recibiendo el certificado **"Safe Tourism Certified"** que garantiza el cumplimiento de la normativa y del Sistema de Prevención de Riesgos para la Salud frente a la Covid-19 en el sector turístico.



Las experiencias enmarcadas en el ámbito del enoturismo suponen un viaje sensorial a nuestros orígenes, pero también a nuestras ideas de futuro.

Paula Zúñiga

Directora Adjunta División Vinos



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 obtención de este certificado por parte de Ramón Bilbao se ha logrado por la aplicación de un **nuevo marco de seguridad** que ampara todas las actividades enoturísticas. Ramón Bilbao contempla centros seguros para que el consumidor pueda disfrutar con plena confianza de un recorrido inolvidable, en el que todo el espacio se ajusta a un protocolo basado en las recomendaciones sanitarias oficiales que garantiza la máxima seguridad e higiene.

Estas medidas se traducen en una reducción de aforos en tiendas, visitas y salas de catas, en las que se ha de cumplir la distancia mínima de seguridad; controles de acceso para garantizar el aforo máximo permitido; la implementación de material higienizante en diferentes puntos del centro y servicios; el esfuerzo en labores de limpieza y desinfección diaria con productos virucidas autorizados; la supresión de elementos de contacto comunitario y sustitución por formatos individuales; la formación específica del equipo en medidas higiénico-sanitarias y mecanismos de control para evitar contagio; el fomento del pago por tarjeta y de la utilización de la central de reservas y la señalización de la distancia mínima de seguridad y dirección de recorridos para mantener el espacio mínimo necesario entre visitantes.

Con el fin de garantizar una experiencia segura, se ha realizado un rediseño de las visitas dando más protagonismo a los ambientes diáfanos, amplios y cómodos, además de espacios al aire libre para realizar las diferentes experiencias en un ambiente abierto y ventilado. También se ha apostado por realizar visitas más dinámicas y lograr así reducir el tiempo de la actividad. Por otro lado, el entorno rural, natural y alejado de masificaciones en el que se desarrollan las actividades minimiza cualquier tipo de riesgo. Además, el consumidor puede reservar experiencias privadas para grupos reducidos, sin exponerse al contacto de otros visitantes.

Entre las actividades, destacamos la **Visita Viñedos + Visita de la Cepa a tu Copa**, en la que los visitantes pueden sumergirse en el universo



aventurero de la casa. La visita arranca en los propios viñedos de la bodega, desde los que da inicio un recorrido interpretativo guiado a lo largo de unos viñedos en pleno proceso de vendimia. En este entorno bucólico tiene lugar un picnic al aire libre y como colofón, la visita concluye con una cata de dos vinos en la propia bodega.

Asimismo, la bodega de **Haro** contó con otra actividad, **Tiempo de Vendimia**, un apasionante recorrido sensorial por la bodega liderado por un guía especializado, quien ilustra a los visitantes con explicaciones sobre la elaboración del vino riojano por toda la bodega, incluyendo sala de barricas y botellero. Los conocimientos impartidos en la sesión van acompañados de una cata de uvas para determinar el grado de madurez, la degustación de mostos parcialmente fermentados, vinos tras la fermentación alcohólica o tras la maloláctica, terminando con algún vino de Ramón Bilbao ya disponible en el mercado.

La vendimia en **Rueda** da inicio a la ya clásica vendimia nocturna propia de la bodega de **Ramón Bilbao** en esta D.O, y celebra esta fecha señalada

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 calendario con una completa actividad en Finca Las Amedias, desde la que se puede observar el viñedo en su máxima expresión con las tareas de vendimia a pleno rendimiento.

La **Visita Especial Vendimia**, disponible en el mes de septiembre, conforma un exquisito recorrido a través de la bodega y el viñedo, maridado con una cata de uvas, mostos, vinos en rama y de los vinos Ramón Bilbao Verdejo, Ramón Bilbao Edición Limitada Lías Verdejo y Cruz de Alba (DO Ribera del Duero).

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 seguidores su **Visita Especial Vendimia**, donde los asistentes pueden

presenciar el espectacular atardecer desde el viñedo, así como las tareas en bodega que dan origen a los albariños más deseados del panorama actual.

La actividad arranca con una recepción frente a la Ría de Arousa, desde la que los asistentes se dirigen al viñedo Finca Valiñas, donde tiene lugar una explicación sobre técnicas de viticultura y cata de uvas en las parras del viñedo. Acto seguido, el recorrido continúa en la bodega con la cata de mostos de albariño y vinos en proceso de elaboración. Finalmente, y como gran cierre de la jornada, los visitantes pueden disfrutar desde la terraza de la bodega de una sabrosa cata de tres albariños acompañados de un pequeño maridaje, todo ello regado con los intensos colores propios del atardecer atlántico.

Además de estas visitas especiales, mensualmente se planifican actividades sobre catas y maridajes especiales que se desarrollan en las Bodegas Ramón Bilbao Haro y Ramón Bilbao Rueda.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Descubriendo el universo del licor origen de la compañía.

Sergio Jiménez
Experiencia 43 Partner

Visita «Experiencia 43»

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.

Licor 43 cumple en 2021 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. El objetivo es común: **crear momentos inolvidables**.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

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.



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**.



Otra iniciativa destacable de Ramón Bilbao, en lo que a experiencia de cliente se refiere, es **Ramón Bilbao Reserva Wine Rhapsody**, la melodía que marida música y vino.

¿Puede un vino tener su propia banda sonora? Ramón Bilbao así lo cree, por eso presentó en 2020 su propia Melodía: una propuesta innovadora que logra llevar la sinestesia a su máxima expresión.

El proyecto, creado por el colectivo *Wine Loves Music*, pretende fusionar vino y música a través de una mezcla de estilos compuestos exclusivamente para la bodega riojana a partir de varias encuestas realizadas a diferentes consumidores de Ramón Bilbao Reserva, quienes han definido con sus gustos personales el estilo y características de este vino, que posteriormente se ha traducido en notas musicales.

Ramón Bilbao Reserva Wine Rhapsody puede escucharse en la web <https://www.bodegasramonbilbao.es/sientelamusica/>.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



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 2020, año en el que por 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.

Es una iniciativa de Ramón Bilbao en el que se ofrece a los amantes del vino y de la marca la oportunidad de conocer mejor sus productos, ofertas y promociones. Este Club no es único para los vinos de Ramón Bilbao, sino que también se incluyen a los vinos de Mar de Frades (Rias Baixas) y de Cruz del Alba (Ribera del Duero).

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**.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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”.

En 2020 vivimos una época en la que la industria de los bartenders y baristas también se ha visto muy afectada. Por ello, más que nunca, tuvimos que hacernos fuertes y encontrar nuevas formas de acercarnos y apoyarnos. De esta manera, conservamos una tradición ya de cuatro años en la cual los participantes han podido seguir practicando y experimentando.

Debido a la situación ocasionada por la pandemia, en 2020 el concurso se realizó de manera digital siendo un éxito su convocatoria.

Annarose Krone- Ganadora de la 5ª edición de L43 Bartenders & Baristas Challenge

1. ¿Cómo has afrontado el trabajo a lo largo del año 2020 en un panorama marcado por la pandemia global?

Para ser sincera, fue muy duro para mi comunidad de bares en Los Ángeles. No teníamos apoyo y la mayoría de nosotros perdimos nuestros trabajos o tuvimos que aceptar puestos de camareros con propinas injustas. Definitivamente, todos nos apoyamos mutuamente y marcas como Licor 43 realmente nos ayudaron, ya sea con comestibles, comidas, oportunidades de trabajo virtual, concursos, etc. Todo eso ayudó mucho y también impulsó la moral positiva. En lo personal, el trabajo de marca de este último año ha



impulsado mi carrera y estoy muy agradecido con Licor 43 y con Mike por ser mi soporte durante esta etapa.

2. ¿Cuáles son los principales aprendizajes en 2020?

Mantente en la cima del juego. Era fácil perderse en 2020 porque nuestro sector dependía casi por completo de los eventos y las actividades presenciales. Como el tiempo no permitía eso, había que aprender y crear nuevas formas de comunicar y hacer el trabajo que nos gusta. Hice vídeos, me metí en cursos de zoom para mantener mis conocimientos al día, me ofrecí como voluntaria para ayudar a empaquetar alimentos y trabajé con marcas ayudando a otros. En 2020 no sólo se trataba de seguir siendo relevante, sino de mantener viva nuestra comunidad.

3. ¿Describe las principales herramientas que le ha proporcionado ZC para afrontar este contexto con sus clientes?

ZC me ayudó a hacer crecer mi propia marca como bartender a través de oportunidades como el BB Challenge, la activación #canyou43it en las redes sociales, las clases de educación digital, las oportunidades de trabajo, la publicación de mi trabajo en prensa y en línea. Estoy infinitamente agradecida por las herramientas que he obtenido a través de estas oportunidades y sé que mis amigos de esta comunidad también lo están.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

Zamora Company ha recibido a lo largo del 2020 numerosos reconocimientos, nominaciones y premios a sus marcas, entre las que destacamos:

Martin Miller's Westbourne Gin premiada como mejor gin del 2020 por el BTI (Beverage Testing Institute)

Westbourne Gin de Martin Miller ha sido galardonada como la mejor ginebra del mundo de 2020 por el Beverage Testing Institute.

La respetada e independiente organización de reseñas de bebidas otorgó a Martin Miller's Westbourne Gin la puntuación más alta en la categoría de ginebra y la nombró Mejor Ginebra de 2020 en sus Premios Mejor Espirituosos del Año 2020. Nuestra ginebra recibió una medalla de platino y unos sobresalientes 97 puntos.

Martin Miller's Westbourne Gin, es una de las ginebras favoritas entre los mixólogos que buscan dar una autenticidad más de la "vieja escuela" a su repertorio clásico de cócteles, se lanzó en 2003 y fue inmediatamente reconocida por su calidad superior por el Beverage Testing Institute, que le otorgó 97 puntos y declaró es la mejor ginebra del mundo y Espirituoso del Año. Haber logrado el mismo galardón 17 años después, incluso cuando la categoría de ginebra se ha expandido exponencialmente, demuestra el éxito de Martin Miller's Gin en la creación de un producto verdaderamente icónico.

El *Beverage Testing Institute* proporciona valoraciones y reseñas de bebidas espirituosas, así como guías de compra y educación para consumidores y profesionales desde 1981. Sus puntuaciones son generadas por un jurado experto, que incluye minoristas profesionales, restauradores, periodistas, compradores, camareros y sommeliers, todos rigurosamente seleccionados, auditados y capacitados en su metodología patentada de cata a ciegas.



«Martin Miller's Westbourne Gin presenta aromas de hojas de lima, colonia y flores blancas con un cuerpo aterciopelado, vibrante y seco y un final a cítrico exótico, albahaca fresca, y geranio. Una ginebra atrevida con un aroma seductor y perfumado; equilibrado, atractivo y sobresaliente en un martini».

(Comentarios del jurado)

Zamora Company nominada a International Gin Producer of the Year en los premios IWSC (International Wine & Spirits Competition)

Zamora Company, con su marca MARTIN MILLER'S GIN, ha sido nominada al premio *International Gin Producer of the Year* en el *International Wine & Spirits Competition* (IWSC).

Esta nominación sigue al éxito de Martin Miller's Gin, cuando la reconocida IWSC otorgó a la marca dos medallas de Oro por sus

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



ginebras Original y Westbourne, y una medalla de bronce por su innovadora 9 Moons, envejecida en barrica.

IWSC lleva otorgando medallas a los mejores vinos y licores del mundo desde hace 50 años, su reputación se ha construido mediante el reconocimiento ofrecido a los honores más altos de la industria. Cada año, su grupo de jueces reunidos, compuesto por expertos de una diversa gama de sectores industriales así como de más de 30 países diferentes, reconoce la creatividad de las empresas que producen, importan, venden y distribuyen vinos y licores, mostrando su excelencia en fomentar un mayor entendimiento —y ventas— de bebidas de calidad.



Cocktail 43 Fresco Berry premio de oro en *The Spirits Business Awards 2020 Low & No Masters*

Como ya se ha mencionado anteriormente, en lo relativo a productos innovadores, Cocktail 43 Fresco Berry ha recibido un premio de oro

por su delicioso sabor dentro de la degustación a ciegas de “*The Spirits Business Awards 2020 Low & No Masters*”.

Además, The Spirits Business reconoció a Cocktail 43 Fresco como uno de los 50 mejores lanzamientos de bebidas espirituosas innovadoras en 2020.

Licor 43 Horchata doble medalla de oro en SIP Diseño y Packaging de *Global Spirits Masters 2020*

Otro de nuestros productos innovadores, la nueva fórmula sin lactosa y 100% apta para veganos, ha nacido para dar respuesta a los consumidores más conscientes de la salud y ha sido reconocida con la Doble Medalla de Oro en los prestigiosos premios SIP Diseño y Packaging de *Global Spirits Masters 2020*.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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, reconocida como la marca más admirada de Rioja en el ranking de «las 50 marcas más admiradas del mundo» de *Drinks International*

Ramón Bilbao se sitúa en el puesto número 17 a nivel mundial siendo la marca que más asciende en el listado por lo que es reconocida con el galardón “Highest Climber”.

En la lista correspondiente a la edición de 2020, Ramón Bilbao lidera el listado de bodegas de la DOCa Rioja -tan solo hay 6 marcas españolas-, ocupando el puesto número 17 del ranking mundial y recibiendo además el galardón al mayor ascenso en el listado, “Highest Climber Award” (23 puestos de mejora sobre la pasada edición).

Este galardón reconoce la consolidación de la apuesta internacional de Ramón Bilbao, que además de ser una referencia en el mercado español (donde es la marca nº1 en el canal de hostelería y es la marca más vendida en términos de valor), quiere replicar su modelo de éxito en el resto del mundo.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



CATEGORÍA CATA A CIEGAS, GUÍA VIVIR EL VINO. Puntuaciones de nuestras marcas 2021:





Resumen de reconocimientos obtenidos en 2020:



— Memoria de Empresa Consciente 2020 —

LICOR 43	CATEGORÍA	PREMIO	RESULTADO
Original	Silver	International Spirits Challenge	Silver
		International Spirits Challenge	Silver
Horchata	Non-dairy cream liqueur	SIP Award	Double Gold Medal
		IWSC	Silver
		IWSC Internation Design & Media Awards	Gold
		The Liqueur Masters	Silver
		IWSC Internation Design & Media Awards	Silver
Baristo	Contemporary Liqueur	International Spirits Challenge	Bronze
		The Spirits Business Masters - Speciality	Lemon (Silver) - Berry (Not rated)
		The Spirits Business Masters - Best New Product/ Liqueurs Speciality	
		IWSC - Flavours Pre - mixed Drinks	Bronze
		The Spirits Business Masters	No medal
		Low Alcohol	The Spirits Business - Low & No Masters



MARTIN MILLER'S GIN	CATEGORÍA	PREMIO	RESULTADO
WESTBOURNE	Super premium gin	Beverage Tasting Institute	Platinum
		International Spirits Challenge	Silver
		IWSC	Gold
		The Gin Masters	Master
		Best contemporary style gin	
ORIGINAL	Aged gin	Beverage Tasting Institute	Platinum
		International Spirits Challenge	Silver
		IWSC	Gold
		The Gin Masters	Gold
9 MOONS	Aged gin	Beverage Tasting Institute	Gold
		International Spirits Challenge	Silver
		IWSC	Bronze
		The Gin Masters	Gold
		Best Matured Gin	





YELLOW ROSE	CATEGORÍA	PREMIO	RESULTADO
PREMIUM AMERICAN	American Blended Whiskey	International Spirits Challenge	Silver
	Other Whiskey	San Francisco World Spirits Competition	Bronze
	American/ Other	Ultimate Spirits Challenge	89 points
	Whiskey	International Spirits Challenge	Bronze
	Whiskey/ Blended	IWSC	Silver
RYE	American Straight Rye Whiskey	San Francisco World Spirits Competition	Gold
	Whiskey	Ultimate Spirits Challenge	92 points
	Rye Whiskey	ACSA	Silver
	Whiskey/ Rye	ADI	Silver
OUTLAW BOURBON	Straight Bourbon 10 years old and under	International Spirits Challenge	Silver
	Small Batch Bourbon - Up to 5 years	San Francisco World Spirits Competition	Bronze
	Bourbon	Ultimate Spirits Challenge	93 points
	Whiskey/ Bourbon	ADI	Bronze



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras marcas conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo de Empresa Consciente

Buen Gobierno Corporativo

Empleados empoderados

Consumidores y clientes

Compromiso con el planeta

Proveedores conscientes

Filantropía y acción social

Anexos



VILLAMASSA	PREMIO	RESULTADO
LIMONCELLO	<i>International Spirits Challenge</i>	<i>Bronze</i>
	<i>San Francisco World Spirits Competition</i>	<i>Not evaluated</i>
	<i>SIP Award</i>	<i>Platinum</i>
	<i>International Wines & Spirits Competition</i>	<i>Not ranked</i>
	<i>The Liqueur Masters</i>	<i>Gold</i>



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

**Compromiso
con el planeta**

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



7

Compromiso con el planeta

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 planeta

Queremos preservar lo que hoy nos da la naturaleza para poder seguir disfrutándolo mañana.



“La conservación de los ecosistemas es garantía de salud para las personas y es vital para nuestra compañía, ya que nos aportan los recursos naturales que necesitamos para elaborar nuestros productos.

También somos conscientes de nuestra responsabilidad con las futuras generaciones; por ello, elaboramos y distribuimos nuestros productos desde la premisa de proteger nuestro entorno”

Carmelo San Martín Gil
Gerente Corporativo de
Calidad y Medio Ambiente

Nuestras líneas estratégicas de compromiso con el planeta

Acción por el clima

Circularidad

Protección de la biodiversidad

Extendiendo nuestro compromiso a toda la cadena de valor:

Proveedores conscientes.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 gestión ambiental

Promovemos un crecimiento económico que genere riqueza equitativa sin perjudicar los recursos naturales.

Desde hace décadas, en Zamora Company venimos desarrollando un modelo de negocio respetuoso con el entorno.

Nos hemos sumados al reto del desarrollo sostenible y mantenemos nuestros principios básicos de actuación ambiental conforme a nuestra **Política de Gestión**, aprobada por la Dirección General, comunicada a todos los empleados y publicada para su consulta por cualquier parte interesada.

Destacamos nuestros compromisos en torno a:

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

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

Certificaciones ambientales:

Varios centros de trabajo cuentan con un Sistema de Gestión Medioambiental certificado conforme a diversos estándares: UNE-EN-ISO 14001, WfCP (Wineries for Climate Protection), BREEAM (diseño y construcción con criterios de sostenibilidad).



Cartagena
Dicastillo



Haro
Mar de Frades
(certificado en 2021)



Cartagena

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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.







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

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...)

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

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

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

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

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

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

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



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

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Esta formación se centra cada mes en un ODS específico y se trasladan mensajes claros y desde un enfoque muy aplicado: Qué hacemos desde Zamora Company / Qué puedes hacer tú.

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



Como iniciativas externas, Zamora Company ya forma parte de la **Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas**, comprometiéndose con los **Diez Principios** de consenso universal en materia de derechos humanos, trabajo, **medio ambiente** y anticorrupción.



**Zamora Company
forma parte del
grupo impulsor del
Compromiso por el
Desarrollo Sostenible
del Puerto de Cartagena, donde
los ODS relacionados de manera
directa con el medio ambiente
adquieren una gran relevancia,
siendo prioritario el ODS 13 con el
fin de luchar y combatir el cambio
climático y sus efectos.**

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Acción por el clima

Zamora Company se suma a la lucha contra el cambio climático: uno de los mayores retos a los que se enfrenta actualmente nuestra sociedad.

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.

Wineries for climate protection

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.

Wineries for Climate Protection es el resultado de un trabajo en conjunto con reconocidas entidades certificadoras, cuyo objetivo es disponer de una metodología que respete los parámetros internacionales en cuanto a procesos y prácticas sostenibles, aplicada a la realidad del sector en España, para alinearse a estándares ya ampliamente difundidos entre los actores de la industria vitivinícola internacional y cada vez más demandados por grandes retailers.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 certificación actúa sobre los cuatro ejes fundamentales de la sostenibilidad: reducción de gases de efecto invernadero, eficiencia energética, gestión del agua y reducción de residuos, fijando mínimos de cumplimiento y exigiendo planes de actuación en el corto, mediano y largo plazo.

Esta certificación, en primer lugar, responde a nuestro manifiesto corporativo de compromiso con el medio ambiente; además, demuestra tangiblemente 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.

Asimismo, hoy en día, una certificación medioambiental rigurosa y reconocida es nuestra tarjeta de visita hacia los mercados internacionales más desarrollados, donde desarrollamos nuestro negocio y donde tenemos grandes planes de futuro.



1 Eficiencia energética/
Energías renovables

2 Reducción de
emisiones de GEI

3 Gestión del
agua

4 Reducción de
residuos

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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** también ha obtenido recientemente la certificación WfCP y trabaja en un ambicioso plan de sostenibilidad ambiental acorde a las líneas corporativas marcadas por la compañía.



«La sostenibilidad es un camino para nosotros ineludible. Ya hemos logrado algunos hitos como la obtención del certificado vegano en nuestros vinos y la entrada en *Wineries for Climate Protection*.

Cada día podremos dar nuevos pasos con el propósito de dejar la menor huella posible en el desarrollo de nuestra actividad, así como, conseguir una concienciación de la realidad y dificultad en la que vive nuestro entorno más próximo, y que hace de Mar de Frades su identidad única, su viñedo, los ríos y el mar principalmente.»

Paula Fandiño Pita

Directora Técnica/Gerente en Mar de Frades



Eficiencia energética

El 90% de nuestro consumo energético para el año 2025 será de fuentes renovables.

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.

En 2020 se ha realizado una **auditoría energética** según dicta el RD 56/2016, para edificios, procesos y transporte, según metodología de la norma UNE 16247. La auditoría incluyó el 85 % del consumo energético total anual de Zamora Company en España, lo que supuso auditar los centros de Haro, Cartagena, Dicastillo, Rueda, Meis (Mar de Frades) y la flota de transporte.

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

**Compromiso
con el planeta**

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Analizando el porcentaje de **energía renovable** consumida en cada planta en 2020, vemos que algunas están ya muy próximos a alcanzar el objetivo de compañía para el 2025:

86% **85,5%** **66,7%**
Dicastillo Rueda Meis

66,6% **60,5%** **21,8%**
Haro Cartagena Sorrento (Italia)

34,2%
Quintanilla de Onésimo

Al analizar estos datos, hay que tener en cuenta que, al haber incluido la actividad de campo en los consumos energéticos, el porcentaje de renovable disminuye, ya que es ahí donde precisamente se utiliza una mayor proporción de combustibles fósiles. Nuestras bodegas ya contemplan la sustitución de maquinaria de campo por otra más eficiente y sostenible, tendiendo al uso de equipos eléctricos.

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

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

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



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

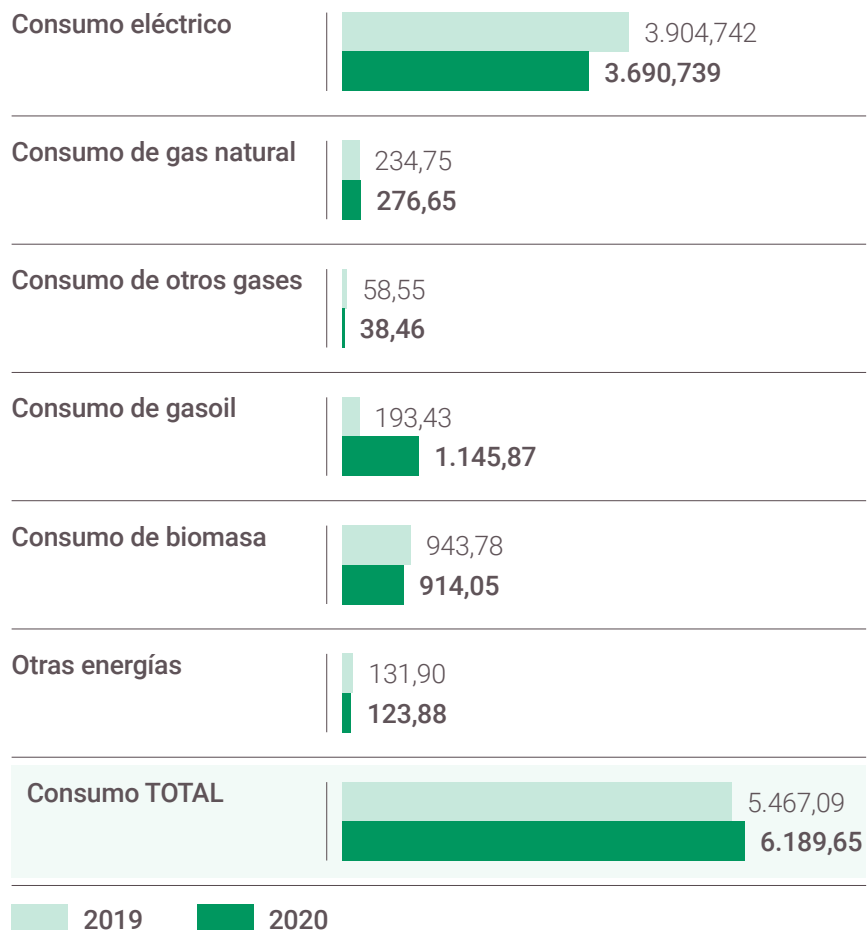
Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Indicadores de consumo eléctrico y combustible (MWh):



El incremento de un 11,5 % en el consumo total de energía respecto al año anterior se debe a que en 2020 ya hemos contabilizado toda la actividad

relacionada con el campo y el cultivo de viñedos, donde se utiliza un mayor porcentaje de gasoil.

A pesar de que el dato de evolución no manifieste una tendencia positiva, es una muestra de que en la compañía se trabaja para tener en consideración todas las actividades y mejorar los cálculos relativos a la huella real de carbono. Como ya se ha mencionado, como objetivo de la compañía está el utilizar maquinaria de campo más sostenible.

En el caso de no incluir la actividad de campo en el cálculo, para poder hacer una comparativa realista, **nuestro consumo total de energía en 2020, respecto a 2019, se habría reducido en un 6,96 %.**

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



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Emisiones y huella de carbono

Nos hemos comprometido a reducir un 15% nuestras emisiones de CO₂ para el año 2025, considerando el 2018 como año base.

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.



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.

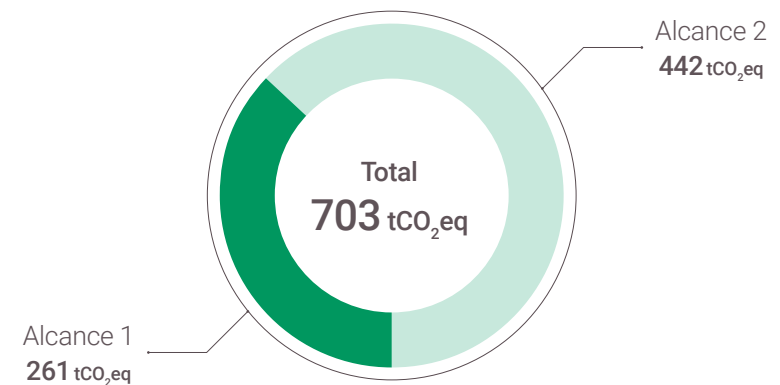
Alcance 2

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.

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



El indicador del total de Emisiones de GEI (Alcances 1 y 2) por producto en 2020 ha sido de 39,41 g CO₂ / litro embotellado.

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

Adicionalmente, para las plantas de Haro y Meis se ha calculado también las emisiones de Alcance 3 del año 2019, que serán comparadas con las de 2020 en próximos ciclos de reporte. Además, se trabajará en el futuro de cara a obtener las emisiones de alcance 3 en el resto de las plantas productivas.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

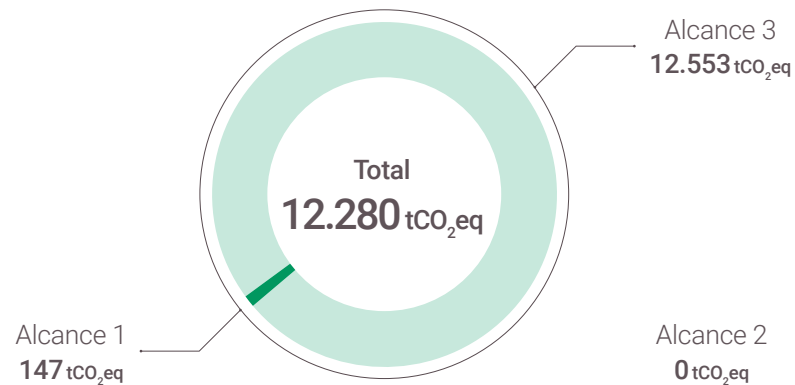
Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

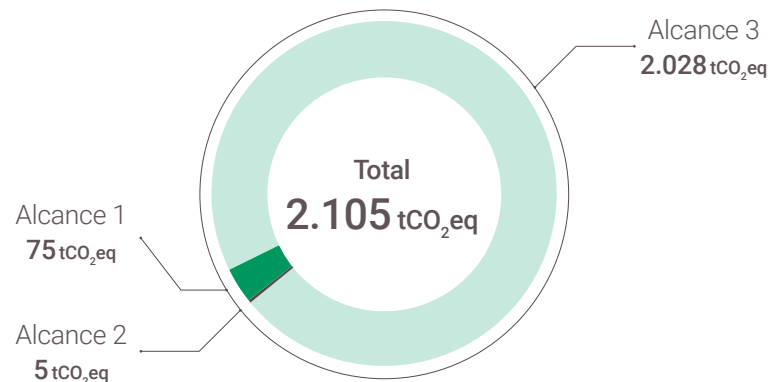
Anexos



Planta de Haro (Ramón Bilbao)



Planta de Meis (Mar de Frades)



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**.

Destacamos el proyecto **GLOBALVITI**, el proyecto vitivinícola con el que **Ramón Bilbao reafirma su compromiso frente al cambio climático**.

GLOBALVITI es un proyecto consorciado de investigación industrial y desarrollo experimental que pretende mejorar la producción vitivinícola frente al cambio climático a través de nuevas tecnologías, de estrategias biotecnológicas y del manejo del viñedo.



Mejora de la producción
vitivinícola frente al cambio
climático mediante la aplicación
de nuevas tecnologías

Tras cuatro años de ejecución, en 2020 ha finalizado este proyecto como una de las iniciativas más ambiciosas en las que ha participado Ramón Bilbao, y que ha logrado dar respuesta a diferentes aspectos relacionados con las enfermedades de la madera, la vid, la incidencia del cambio climático y la digitalización de los viñedos.

Este proyecto ha contado con la colaboración de trece grupos de investigación de referencia nacional y con el apoyo financiero del programa CIEN (Programa Estratégico de Consorcios de Investigación Empresarial Nacional) del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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.

A pesar de que por el momento no se ha valorado como riesgo crítico la posible afección del cambio climático sobre las actividades del Grupo, somos conscientes de que el cambio climático está afectando a las áreas tradicionales de cultivo de vides, por lo que la compañía ya trabaja en el estudio de una nueva generación de **viñedos de gran altitud**.

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 vid.

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.**

El CSIC y Mar de Frades inician el estudio del potencial de tres variedades blancas minoritarias y desconocidas.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Mar de Frades es pionera en la experimentación con tres variedades de uva.

Domingo Fontecha
Gerente de viticultura división vinos

Mar de Frades colabora con una acción enmarcada en un proyecto dirigido por el CSIC a través del Grupo de Viticultura MBG (Misión Biológica de Galicia) y financiado por el CDTI. Se prueban diferentes manejos de cultivo y se evalúan una serie de parámetros agronómicos y de sensibilidad a enfermedades fúngicas, lo que permitirá disponer de indicaciones sobre el potencial de estas variedades en función de las condiciones climáticas y otros aspectos.

Esta iniciativa permitirá a Mar de Frades ser **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. Un vino muy fresco con un estilo floral.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Circularidad

Una nueva forma de pensar, un nuevo modelo de negocio.

El concepto de economía circular 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 este enfoque y **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.



Residuos

Nos proponemos alcanzar el objetivo de Residuo Cero en el año 2025.

Como consecuencia de nuestras actividades generamos las siguientes tipologías de residuos:

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

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.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 generación de residuos 2020:

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

No es posible realizar una comparativa con respecto al año anterior por no disponer de esta información desglosada a este nivel, al no haber estado entonces integrados los sistemas de recogida de datos en algunas de las plantas ni los datos de campo en algunas de las fincas.

Al igual que en otros indicadores 2020 que se incluyen en esta memoria, la compañía ya está trabajando en un mejor sistema de control y reporte interno de resultados que englobe de manera homogénea todos los centros de trabajo y permita a futuro efectuar una comparativa reflejo de la situación real.

Un 93% de nuestros residuos son valorizados, mientras que solo un 7 % va a vertedero o necesita tratamiento para su eliminación.

Cantidades por tipología de residuos:

Subproductos orgánicos:

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

Residuos sólidos reciclables:

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Residuos sólidos no reciclables:

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

Destacamos nuestra colaboración con un proveedor que nos facilita un **modelo logístico sostenible**, gracias al cual hemos logrado evitar en el año 2020 la generación de 2.239 kg de residuos y un ahorro en madera de 23.759 dm³ (más de 23 árboles).

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

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



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 el 88,5% del agua total consumida, mientras que el 11,5% restante es agua procedente de pozo, en ambos casos de acuerdo con las limitaciones locales.

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

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

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



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.

Indicadores de consumo de agua 2020:



Respecto al periodo anterior, en 2020 se ha producido un descenso de un 2% en el volumen absoluto a nivel global.

Si se considera la ratio de actividad (litros por litro embotellado), el valor se sitúa en 2,45 litros de agua /litro embotellado, lo que supone un aumento respecto al año anterior. Esta tendencia negativa se debe fundamentalmente a la situación de baja producción provocada por la pandemia, que ha ocasionado unos consumos fijos a pesar de que el indicador de producción haya disminuido considerablemente y se haya situado muy por debajo de las previsiones para 2020.

En próximos años, una vez se recupere la actividad normal, podremos ver los resultados de nuestras acciones enfocadas a minimizar los consumos de agua y podremos aportar datos comparativos reflejo de la situación real.

Fertilizantes y fitosanitarios

El tratamiento preventivo en los viñedos es nuestra apuesta para eliminar el consumo de fitosanitarios.

El consumo de productos químicos para las actividades de campo es muy bajo, lo cual nos ha llevado a evaluarlo como de impacto ambiental no significativo.

El objetivo es el consumo mínimo de productos químicos, promoviéndose 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.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 **abono orgánico** de oveja 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.

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.

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

El proyecto ha llegado a su fin en 2020 con el objetivo de reducir al menos un 20%, las aplicaciones de productos fitosanitarios por parte de la mitad de los 16.500 viticultores y las más de 500 bodegas que componen el sector vitivinícola riojano, entre ellas Bodegas Ramón Bilbao. Además de conllevar un ahorro económico importante, puede implicar una reducción de casi 10.000 litros de productos fitosanitarios, lo que supone una clara mejora en la sostenibilidad ambiental del viñedo y del medio ambiente.

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.

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



como la polilla del racimo, instalando en las viñas unos difusores que expanden feromonas produciendo confusión sexual en las polillas macho evitando así que fecunden a las hembras e introduzcan sus huevos en las uvas.

De esta manera, podemos controlar sin productos químicos un problema que podría dar lugar a la botrytis en la vendimia.

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.

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.

Packaging



Estamos inmersos en varias iniciativas enfocadas a minimizar el impacto ambiental de nuestros envases, analizando todo el ciclo de vida de los productos.

Carmen Paredes Muñoz
Corporate Purchase Manager

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

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



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Tenemos en cuenta la huella ambiental asociada a su producción, distribución o consumo, con el fin de minimizarla y teniendo en cuenta las claves del **ecodiseño**, principalmente las siguientes:

- **Envases más ligeros:** reducción del peso unitario.
- Envases que incorporen **más material reciclado**.
- Envases **más fácilmente reciclables**, facilitando la separación de cierres, etiquetas, corona y otros componentes del envase.
- Uso de **materiales respetuosos** (biodegradables, reciclados y reutilizables) y minimización del uso del plástico en envases.
- **Reducción del desperdicio** y cantidad de material.
- **Reducción del número de decoraciones**, inserciones y tintas, y empleo de pigmentos biodegradables y materiales naturales como el corcho en la medida de lo posible.
- **Reducción de gramajes** en papel y cartón y optimización de sistemas de embalaje.

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

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

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

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.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 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 2020 Zamora Company adquirió un total de 15831,20 toneladas de estas materias primas. De este total, más de 9.000 toneladas son materias vegetales, más de 2.600 toneladas es azúcar, 2.500 toneladas es alcohol y el resto se distribuye entre aromas y otros compuestos.

Vertidos líquidos

En cuanto a los vertidos líquidos, la situación varía en función del centro de trabajo y volumen de producción.

Podemos distinguir entre tres formas de vertido, 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 el vertido 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, no se han identificado como aspecto ambiental significativo ni se han detectado riesgos asociados.

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Protección de la biodiversidad

Trabajamos con un completo programa de **viticultura sostenible**.

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

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

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

En Mar de Frades potenciamos el **cultivo en ecológico** en nuestra finca Monteveiga de Ribera del Ulla; queremos dar pequeños pasos y aprender hasta dónde podemos llegar con nuestros viñedos en cultivo ecológico.

En Galicia, por sus altos niveles de lluvia, adoptar un enfoque ecológico es aún más desafiante que en las regiones vinícolas más cálidas.

La zona de Ribera del Ulla es más seca que el valle del Salnés y con algo más de altura, lo que nos va a proporcionar unas condiciones más saludables y ventiladas para evitar un mayor desarrollo de enfermedades fúngicas que son el gran reto del cultivo ecológico en Galicia, debido a esta alta pluviometría y las temperaturas suaves.

Un viñedo ecológico:

- **Utiliza como fertilizante abonos orgánicos.**
- **Permite las cubiertas vegetales espontáneas en el suelo.**
- **Fomenta la biodiversidad y elimina los pesticidas a base de prevención y de una agricultura de precisión.**

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

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

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

Lo que hace
especial a nuestra
gente es su pasión por
conservar intacta la
esencia de su tierra.

VILLA MASSA®
D A L 1 8 9 0



“Con los productos de proximidad, limones fruto del lugar donde nacimos, así es nuestra I.G.P. (Indicación Geográfica Protegida) **Ovale di Sorrento de Sorrento: de color amarillo brillante, un limón que sólo crece en la región de Campania.**

Siguiendo la receta artesanal y original de nuestros antepasados, nuestro limoncello es creado hoy con las mismas fórmulas que lo vieron nacer hace ya más de un siglo: fidelidad a nuestra tierra y devoción por sus ingredientes naturales.

Estamos cuidando el medio ambiente y apoyando la sostenibilidad: abogamos por una economía más justa, evitando los abusos y respetando los derechos de los productores, beneficiando a la economía local y evitando sistemas de cultivo masivo”

Raffaele Di Stasio
Head of Distillery in Villa Massa

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



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

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

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

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

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



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

**Proveedores
conscientes**

Filantropía y
acción social

Anexos



8

Proveedores conscientes

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 conscientes

Zamora Company apuesta por una gestión integral de la cadena de suministro para contribuir al desarrollo de un modelo de negocio responsable.



“La colaboración estrecha y de mutua confianza con nuestros proveedores es el camino para continuar creando valor en la cadena de suministro, asegurando unas prácticas responsables acordes con nuestro modelo de Empresa Consciente”.

Mª Carmen Vallejo Sánchez

Directora Global de Espirituosos, Calidad y Regulatorio

Nuestras líneas estratégicas respecto a nuestra cadena de suministro se focalizan en dos aspectos clave:



Compra y contratación con criterios de sostenibilidad.



Proveedores como *partners* de nuestro negocio.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

Nuestro objetivo es asegurar la selección óptima de proveedores, de acuerdo con nuestros principios, valores y compromisos asumidos.

La actividad del Grupo está íntimamente relacionada con nuestra capacidad para establecer relaciones sólidas y de largo plazo con proveedores y subcontratistas. Tenemos claro que la colaboración estrecha con ellos es el camino para continuar creando valor 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.

El **Código Ético** de la compañía 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:



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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

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

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

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

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



De forma ética y responsable.



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



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



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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.

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

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

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

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

A futuro, con la finalidad de determinar el nivel de riesgo de nuestros principales proveedores en relación a criterios ambientales, sociales y de gobierno, realizaremos un riguroso análisis de riesgos ES&G, en el cual se analizarán temas relacionados con los derechos humanos, seguridad y salud laboral, diversidad, gestión ambiental y corrupción.

Este análisis nos aportará una mayor visibilidad sobre los riesgos a los que estamos expuestos en todos los países donde operamos y nos permitirá tomar las medidas necesarias para anticiparnos a dichos riesgos, ayudándonos a seguir extendiendo nuestra responsabilidad a lo largo de toda la cadena de valor.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

Queremos identificar con nuestros proveedores nuevas oportunidades de colaboración con innovación de impacto.



“Para reducir el impacto ambiental en toda nuestra cadena de valor estamos avanzando hacia una logística más eficiente y sostenible, repensando nuestras operaciones y buscando aliados estratégicos con los que trabajar de manera conjunta en la búsqueda de las mejores opciones”.

Hernán Vázquez
Supply Chain Director



Estamos inmersos en una transformación de las relaciones con nuestros proveedores, propiciando acuerdos beneficiosos para ambas partes y que permitan alcanzar una mayor sostenibilidad ambiental y social.

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

Packaging

Distribución sostenible

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras marcas conscientes

La Compañía

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 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 2020, gracias a este **modelo logístico eficiente y sostenible** hemos logrado mejorar nuestros impactos ambientales.



Otras iniciativas enfocadas a **minimizar el 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 la misma línea, compramos cartón certificado por el *Forest Stewardship Council* (FSC), por el momento para nuestros *packs* promocionales, pero con el objetivo de extender esta práctica a otros procesos.

Otra de nuestras políticas es la **compra por proximidad**, alcanzando un gran porcentaje de compra a proveedores locales, como ya ha quedado reflejado en otros capítulos de la Memoria relativos al impacto ambiental y social de nuestra política de compra de materias primas.

También como objetivo en el ámbito de proveedores conscientes alineados a nuestro plan de Empresa Consciente, el Grupo se plantea contar con un **partner estratégico para la gestión de la cadena de suministro**.

Queremos realizar el proceso de evaluación de riesgos con el apoyo de un *partner* de referencia a nivel internacional en evaluaciones ES&G, para disponer de un proceso de debida diligencia a través de una herramienta digital y siguiendo estándares globales como el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Otra de las iniciativas previstas es un plan de comunicación, por áreas de negocio, para hacer partícipes a los proveedores de nuestro modelo de Empresa Consciente, trasladándoles las expectativas de la compañía hacia ellos, desde este enfoque colaborativo que consideramos estratégico.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



9

Filantropía y acción social

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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



2,5%

Zamora Company dedica más del 2,5% de su beneficio neto a acciones de ayuda social. Apoyamos el desarrollo social con programas de ayudas básicas de alimentación, inserción laboral y formación para colectivos desfavorecidos.



“Mantenemos nuestro compromiso con las comunidades locales, con colectivos en riesgo y con el sector de la hostelería, y seguimos apoyando la formación, la cultura y el arte.

Además de nuestra actividad de filantropía, la acción social está integrada en nuestra propia actividad, desarrollando numerosas iniciativas para compartir valor con la sociedad.”

Marisa Almazán
Conscious Company Manager



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 la sociedad y las comunidades locales:

Filantropía corporativa transversal a toda la compañía.

Patrocinio y apoyo a la cultura y el arte.

Apoyo a colectivos vulnerables para la inserción laboral y la cobertura de necesidades básicas.



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.

Asimismo, estamos en fase de implementación de nuestro **Plan de Filantropía corporativa**, con el que abordaremos distintos retos sociales de una manera global y transversal a toda nuestra actividad.



La respuesta de Zamora Company ante la COVID-19



“Para nosotros es un deber como empresa socialmente responsable arrimar nuestro hombro en una situación tan excepcional como ésta, y por ello no vamos a escatimar esfuerzos a la hora de ayudar a los que consideramos que pueden ser más vulnerables en estos momentos”.

José María de Santiago
Presidente de Zamora Company

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

A comienzos del 2020 y aún sin saber la situación que se avecinaba, decidimos que independientemente de nuestra facturación, este año volveríamos a mantener el mismo importe que en 2019.

Donación de más de 400.000 euros repartida entre diversos colectivos y entidades sociales.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 2020, Zamora Company no ha sido ajena a la situación de excepcionalidad vivida y **los efectos de la pandemia han marcado las prioridades de la acción social del Grupo**: para paliar la crisis provocada por la irrupción de la COVID-19, Zamora Company ha destinado una partida de 400.000 euros a proyectos locales a través de entidades sociales que trabajan proactivamente en apoyo a los colectivos más desfavorecidos de la sociedad.

Entidades y proyectos respaldados por Zamora Company como respuesta a la crisis ocasionada por la pandemia:

Ayudas a familias en situación de vulnerabilidad:

- Proyecto Respuesta Social COVID 19 (Cruz Roja).
- Cáritas Parroquiales (Cáritas).
- Proyecto Vía Inclusión (Fundación Tienda Asilo de San Pedro).
- Emergencia Coronavirus en España (Cruz Roja).

Hogares para personas sin techo:

- Hogar de acogida (Fundación Hospitalidad Santa Teresa).
- Hogar Sagrada Familia (Cáritas).

Alimentación y artículos de primera necesidad:

- Banco de Alimentos.
- Economato Los Panes y Los Peces (Cáritas).
- Comedor Social Jesús Maestro y Pastor (Cáritas).
- Hogar de Provisión de alimentos (El Buen Samaritano).
- Comedor Social (Fundación Hospitalidad Santa Teresa).

Inserción laboral:

- Proyecto Pulsa Empleo Jóvenes (Cruz Roja).
- Proyecto Segundas Oportunidades de Formación y Aprendizaje para Jóvenes (Cruz Roja).
- Proyecto Puentes Para el Empleo: Itinerarios Para la Igualdad (Cruz Roja).
- Proyecto Apoyo Empleo +45 (Cruz Roja).
- Proyecto Pretaller de Cocina (Cáritas).
- Plan Responde Frente a la COVID-19 de Inclusión Social y Empleo (Cruz Roja).

Inclusión de infancia en riesgo de exclusión:

- Proyecto Inclusión Niños y Niñas en Riesgo de Exclusión (Cruz Roja).

Asilo de ancianos sin recursos:

- Asilo de Ancianos Barrio de la Concepción (Hermanitas de los Pobres).

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 se realizaron donaciones en especie de mascarillas y gel hidroalcohólico a varias de estas organizaciones, así como a ayuntamientos y organismos oficiales de las áreas donde Zamora Company se encuentra presente. En algunos casos, nuestras propias fábricas han producido y distribuido gel hidroalcohólico.



“Hemos unido nuestras fuerzas adaptando rápidamente nuestros procesos productivos para fabricar y distribuir de manera gratuita 12.000 l de desinfectante de manos líquido, contribuyendo a paliar la demanda urgente de este tipo de productos durante los primeros meses de la pandemia”.



Michael Langhan
Master Distiller de Yellow Rose

Apoyo a la Hostelería:

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

Durante toda la situación de pandemia, hemos apoyado al sector de la hostelería sumándonos a las iniciativas lideradas desde las asociaciones sectoriales de las que formamos parte.

Desde la plataforma “Juntos por la Hostelería”, promovida por Espirituosos España, se ha apoyado al sector en la defensa de sus intereses buscando medidas de rescate que permitieran afrontar los críticos momentos vividos durante el Estado de Alarma.

Asimismo, se han puesto en marcha campañas para animar a los consumidores a adelantar sus horas de consumo y adaptarse a las restricciones sufridas.

También iniciativas como “la media copa” tiene un impacto positivo tanto en el sector de la hostelería como en los propios consumidores, animando al consumo responsable y facilitando este consumo en momentos de crisis económica.

A todo lo mencionado anteriormente, hay que sumar iniciativas particulares de las marcas Zamora Company en apoyo a la Hostelería.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 bodegas de Mar de Frades y Ramón Bilbao pusieron en marcha la iniciativa.

“Brindar hoy en casa para brindar mañana en los bares”

Una fórmula de apoyo a la hostelería basada en la solidaridad entre canales donde el consumidor puede también formar parte de la solución.



“Ramón Bilbao es una marca que lleva casi 100 años unida a los bares y juntos hemos vivido momentos únicos. Esta aportación de botellas es nuestro granito de arena para que esta situación no sea más que un pequeño parón en nuestro viaje juntos.”

Rodolfo Bastida
Director General División Vinos

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Con el fin de ayudar a los propietarios y profesionales de los bares y restaurantes a afrontar el parón temporal que tuvieron que asumir, por cada botella de vino comprada en el canal online, se entregó una botella sin ningún tipo de coste al sector hostelero.

Con esta iniciativa ambas bodegas aportaron a bares y restaurantes un total de 45.000 botellas, equivalentes a 250.000 copas de vino, valoradas en 650.000 euros, con el objetivo de paliar los efectos de la pandemia en el sector hostelero.

El Grupo Zamora Company se plantea lanzar en 2021 un **Plan de Voluntariado Corporativo**, enmarcado en nuestra estrategia global de filantropía y que permita fortalecer los ejes de **Empleados Empoderados y Liderazgo Consciente**, como dos de los ejes clave de nuestro plan de Empresa Consciente 2020-2023.



Compromiso con el desarrollo local

Estamos muy atentos a las necesidades de las comunidades donde operamos.

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

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

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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 Cultura del Vino, motor indiscutible del desarrollo sostenible de las regiones vitivinícolas.

Chema del Rio
Director Operaciones Vinos

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.

Enoturismo sostenible:

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

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



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

Zamora Company, como ya se ha mencionado anteriormente en esta Memoria, ofrece la posibilidad de realizar visitas y descubrir el valor de las experiencias en enoturismo y Experiencia 43, conociendo los orígenes y la identidad única de Licor 43, Mar de Frades y Ramón Bilbao.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



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 locales, y las sociedades que componen el Grupo pertenecen a numerosas asociaciones locales en las comarcas donde se ubican sus plantas.

Zamora Company y Pablo González Conejero, prestigioso chef murciano con dos estrellas Michelin, firmaron en 2020 un acuerdo de colaboración para poner en marcha un espacio gastronómico y lúdico en el Puerto de Cartagena.

A modo de ejemplo, en 2020 destacamos el **espacio gastronómico y lúdico promovido por Zamora Company en el puerto de Cartagena.**



Este espacio de alta restauración pone en valor los productos locales y se dirige a todo tipo de públicos, también como recinto para grandes celebraciones.

Zamora Company ratifica así su compromiso con una zona con la que siempre ha mantenido un estrecho vínculo que va mucho más allá de la procedencia.

Apostamos por un proyecto que, además de servir de apoyo a la economía de la zona, ofrecerá a todos los cartageneros un referente gastronómico y arquitectónico, así como una más que interesante alternativa de ocio.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



“Para nosotros es una alegría inmensa ser partícipes de este proyecto tan enriquecedor que va a impulsar tanto a la ciudad de Cartagena, nuestra casa. En este sentido, queremos ofrecer

a los cartageneros las mejores experiencias en su propia ciudad; hacerlo de la mano de Pablo, que es toda una celebridad en la región, nos ayudará a lograrlo”.

Esther Aguirre
Portavoz de Comisión de Familia de
Zamora Company



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Patrocinio y apoyo a la cultura y el arte

A través de nuestras marcas participamos en la producción de cine español, festivales musicales y apoyo al sector de la moda.

Durante el ejercicio 2020, 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 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.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Impulso a la moda española

Mar de Frades y Licor 43, patrocinadoras principales del certamen Mercedes Benz Fashion Week Madrid, MBFWMadrid 2020, evento que se configura como uno de los acontecimientos culturales más relevantes a nivel nacional.

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

La alianza entre Mar de Frades y la moda suma así un nuevo capítulo. 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.

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 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.



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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos

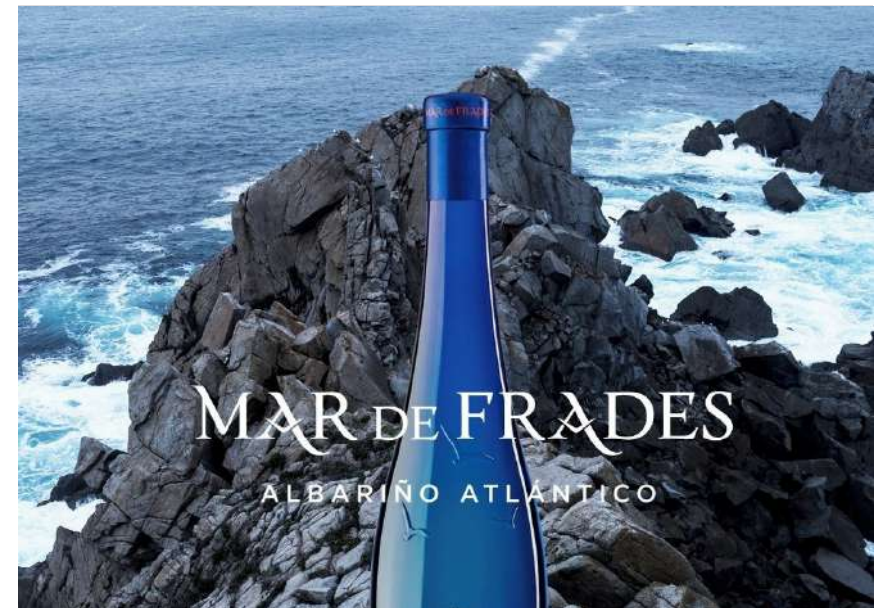


La propuesta de *The 2nd Skin Co* se inspira en los **misterios del mar y del vino** para traernos un concepto de elegancia y lujo esencial. Un diseño efímero, atemporal y eterno. Como las olas que contemplan las viñas de albariño, de las que nace un **vino que seduce por su carácter salino, su armonía y su frescura**.

La botella diseñada refleja calidad, esperanza y elegancia, y encuentra en el **color oro su principal protagonista**, en clara referencia al sol gallego, color representado en las gaviotas que vuelan sobre el mar azul y representan **un futuro esperanzador**.



Los diseñadores Antonio Burillo y Juan Carlos Fernández han sido los encargados de vestir este año la edición limitada de Mar de Frades.



La colección edición limitada de la bodega gallega contó con 30.000 unidades. Mar de Frades Edición Limitada by *The 2nd Skin Co* ha estado disponible en las principales vinotecas, restaurantes y tiendas gourmet en España, así como en la tienda online y en mercados internacionales.

Mar de Frades afianza así su alianza con el mundo de la moda con un nuevo capítulo. Una relación directa con algunos de los más prestigiosos diseñadores españoles que este año se ha visto reforzada con la presencia de la bodega en la última edición de la Mercedes Benz Fashion Week Madrid, donde Mar de Frades fue el vino oficial de esta cita anual para los amantes de la moda. Con su carácter inconquistable, Mar de Frades también ha estado presente a lo largo de estos últimos años en múltiples eventos relacionados con la vanguardia, el arte y la moda.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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, **Licor 43** acompañó a los mejores diseñadores que transmitieron a través de sus colecciones toda su creatividad, inspiración, autenticidad y pasión, valores que comparten con **Actitud 43**, un estilo de vida que inspira a ser nuestra mejor versión cada día y que define a las personas vitales, de mirada optimista y que disfrutan de cada segundo.

Este estilo de vida inundó las puertas del Kissing Room, la zona más exclusiva del evento para las personalidades más distinguidas de la **Mercedes Benz Fashion Week de Madrid**, para que diseñadores y numerosos rostros conocidos, entre otros, pudieran disfrutar y relajarse tras los desfiles y vivir la semana de la moda de Madrid de forma única e inolvidable con Actitud 43. Y qué mejor que festejar el éxito de los desfiles que con **Ginger 43**, el combinado con actitud: la mezcla perfecta de Licor 43, Ginger Ale y lima recién exprimida. La traducción perfecta de Actitud 43 que representa el sabor de aquellos que construyen su propio camino.



BAZAAR AWARDS actitud LICOR 43

Premios Harper's Bazaar Actitud 43

La pandemia del 2020 vino a trastocar el mundo de muchas maneras, a demostrarnos que en ocasiones los planes no sirven y que valores como la empatía, la solidaridad, la entrega y la resiliencia cotizan al alza cuando todo se complica.

Por eso, los **Premios Harper's Bazaar y Licor 43 2020 han querido premiar una Actitud diferente, una Actitud capaz de mover conciencias y de hacer de este mundo un lugar mejor para todos.** Porque aunque la incertidumbre nos ha acompañado, hemos demostrado que podemos salir adelante y que siempre es mejor juntos. Lo que otros años ha sido un evento único, que ha premiado grandes

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

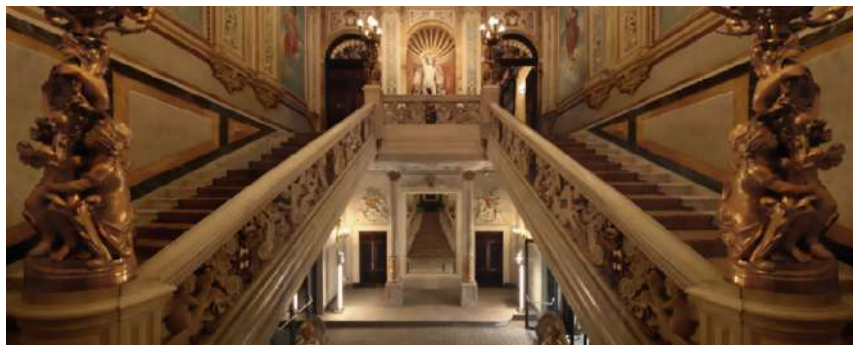
Anexos



nombres de la cultura, la música, la moda, la belleza o la empresa para celebrar los éxitos, en 2020 estos premios se han convertido en una demostración pública (y digital) de la nueva actitud que nos ha inspirado durante este año tan duro.

En esta cuarta edición de los Premios Harper's Bazaar Actitud 43 hemos querido reconocer la labor del cuerpo médico y de todos los sanitarios, por demostrar que de la dificultad se puede crear una oportunidad de ayudar siempre. También a Vicky Martin Berrocal, por paralizar su producción de moda para hacer batas y mascarillas para los hospitales, y a Rozalén, por crear el himno del confinamiento y hacer de la música la mejor herramienta de supervivencia. No nos olvidamos de la iniciativa #yomecorono, por hacer de las redes sociales un movimiento solidario para ayudar en la investigación, de Elvira Sastre, por poner las mejores palabras para describir la estampa del confinamiento, y de José Andrés, por movilizar a los mejores chefs de planeta para dar de comer a los más necesitados.

En ausencia de las entregas de premios que siempre han caracterizado las galas de los Premios Harper's Bazaar Actitud 43 se difundió un vídeo con el que soñar con un futuro mejor, construido con los mejores valores y repleto de personas que brillan.



«2020 será el año que, sobre todo, recordaremos por haber descubierto que juntos tenemos el poder de llevar esperanza a tantos. Cuando nuestras familias, amigos y vecinos más nos han necesitado, miles de voluntarios de *World Central Kitchen* en toda España han dado un paso al frente para, con un plato de comida, llevar un mensaje de esperanza. Un mensaje de que aunque en la distancia, no estás solo y de que juntos saldremos adelante».

José Andrés
nos decía esto desde Estados Unidos

Todos ellos lo han recibido con agradecimiento e inmenso cariño, tal y como nos ha querido demostrar Elvira Sastre con sus palabras:



«Me siento muy, muy honrada e ilusionada por este reconocimiento, de verdad. Os estoy muy agradecida por haber pensado en mí, de corazón. Lo llevaré con mucho orgullo».

Elvira Sastre

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Fomento de la cultura del vino y la gastronomía

Bodegas Ramón Bilbao participa como colaborador oficial en el **IWC Merchant Awards**.

En 2020 se celebró la Quinta Edición de los Premios IWC *Merchant Awards Spain* - Edición Especial Covid, en esta ocasión de manera virtual por la situación excepcional vivida.



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

** Se ha aportado más información en el capítulo anterior de esta Memoria, dedicado a clientes y consumidores, como iniciativa enfocada a la experiencia de cliente.*

Destacamos también el reconocimiento otorgado a Bodegas Ramón Bilbao con el **Premio 2020 Enofusión a la innovación**, otorgado durante la celebración de la X edición del Congreso Internacional del Vino Enofusión, dentro del marco de Madrid Fusión.

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



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



10

Anexos

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



Anexo I. Acerca de este informe

La Memoria de Empresa Consciente 2020 del Grupo Zamora Company se ha elaborado en conformidad esencial con los **Estándares Internacionales GRI (Global Reporting Initiative)**.



Para establecer el contenido de la Memoria se han seguido los siguientes principios GRI de elaboración de memorias, recogidos en el Estándar GRI 101-Fundamentos:

Inclusión de los grupos de interés.

Contexto de sostenibilidad.

Materialidad.

Exhaustividad.

Alcance de la información

Esta Memoria Integra las actividades y los principales resultados del ejercicio 2020 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.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 primera Memoria se ha elaborado con la implicación y participación de los responsables de las diferentes áreas de negocio, así 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.

El Grupo Zamora Company sigue trabajando en el proceso de optimización y consolidación de un sistema ágil de reporte de indicadores de sostenibilidad: es destacable el esfuerzo que la compañía ha realizado en este primer año al incorporar indicadores que permitan analizar el desempeño ambiental y social de una manera más objetiva y precisa.

En algunos casos, se reportan datos solamente para el 2020 o para una parte de nuestra actividad, por no existir de momento posibilidad de comparación con ejercicios anteriores. En cada caso se detalla el alcance de dichos datos para mayor precisión y comparabilidad de la información, así como la explicación pertinente.

Nuestro objetivo para futuras memorias es mejorar el nivel de precisión y comparabilidad de la información aportada.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 primera Memoria no ha sido objeto de verificación externa en su totalidad, pero una gran parte de la información que se aporta se encuentra asimismo incluida en el Informe de Estados de Información No Financiera (EINF 2020), documento público que ha sido verificado por Grant Thornton S.L.P, 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 implementados, ya sea a través de comunicación directa con ellos (procedimientos de escucha y diálogo implementados de manera permanente o consultas periódicas a muestras de determinados grupos), así como a través de otras fuentes de información tales como análisis sectoriales, informes publicados por entidades de referencia en la materia, análisis de comunicaciones en redes sociales, o cualquier elemento que resulte de utilidad y suministre datos de relevancia.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 otra parte, se consideran cuatro criterios de compañía, a partir de los cuales se valora la relevancia de cada tema desde una perspectiva interna.



Tras este doble análisis, interno y externo, los temas analizados se clasifican, 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 2020 se muestran en el capítulo de esta Memoria correspondiente a “Nuestro modelo de Empresa Consciente”.



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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



C/ Pléyades 23, 28023, Aravaca, Madrid – Spain

www.zamoracompany.com

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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

Esta primera Memoria de Empresa Consciente no hubiera sido posible sin las personas que forman parte del Grupo Zamora Company: ellos son los verdaderos artífices de nuestros logros, con mayor motivo en un año tan difícil como ha sido el 2020, en el que han demostrado con creces estar a la altura en las circunstancias más adversas.

Agradecemos a todo nuestro equipo de profesionales y colaboradores su implicación, su esfuerzo constante y su pasión por lo que hacen, contribuyendo a hacernos mejores como compañía, a seguir luchando por un mundo más justo y sostenible, y a continuar manteniendo **nuestro legado de futuro.**

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



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.



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 primera 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.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 Estándares GRI	Páginas de la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
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, 105-106, 113-114, 139	12, 13, 16, 17	1-10
102-13 Afiliación a asociaciones	55-56	16, 17	1-10

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL Estándares GRI	Páginas de la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
2. ESTRATEGIA			
102-14 Declaración del responsable máximo de la organización	4-6	1-17	1-10
3. ÉTICA E INTEGRIDAD			
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	16, 19, 32-33, 50	16	1-10
4. GOBERNANZA			
102-18 Estructura de gobierno de la organización	44-66	16	1-10
5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE RELACIÓN			
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		
6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES			
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		

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 de la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios 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 de la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios 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		

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 ambientales Serie 300	Páginas de la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios 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
303 AGUAS Y EFLUENTES			
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
304 BIODIVERSIDAD			
304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	13, 124-126	6, 11, 12, 15	1, 2, 7-9
305 EMISIONES			
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
306 RESIDUOS			
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



Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 ambientales Serie 300	Páginas de la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
---	--------------------------	--------------------	-----------------------------

306-4 Residuos no destinados a eliminación	13, 116-118		
--	-------------	--	--

306-5 Residuos destinados a eliminación	116-118		
---	---------	--	--

307 CUMPLIMIENTO AMBIENTAL

307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Cero	3, 16	1 a 10
--	------	-------	--------

308 EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES

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 Estándares GRI sociales Serie 400	Páginas de la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
--	--------------------------	--------------------	-----------------------------

401 EMPLEO

403-1 Nuevas contrataciones y rotación del personal	14, 60	5, 8	1-6
---	--------	------	-----

403 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

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
---	--------	------	---------

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES PARA LA OPCIÓN DE CONFORMIDAD ESENCIAL		Páginas	Agenda 2030	Principios
Estándares GRI sociales Serie 400		de la memoria	ODS	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
404 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA				
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
405 DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES (Nota 3)				
405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados		14, 67	5, 10, 16, 17	1-6, 10
406 NO DISCRIMINACIÓN				
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas		No se han identificado	5, 10, 16	1-6, 10
412 EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS				
412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos		14, 16, 50, 52-54	8, 10, 16	1-6, 10
413 COMUNIDADES LOCALES				

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.

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

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 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

Mensajes

Hitos 2020

Nuestras
marcas
conscientes

La Compañía

Nuestro Modelo
de Empresa
Consciente

Buen Gobierno
Corporativo

Empleados
empoderados

Consumidores y
clientes

Compromiso
con el planeta

Proveedores
conscientes

Filantropía y
acción social

Anexos



