



**Memoria de
Empresa
Consciente
2023**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Mensajes 3

Bienvenida del Presidente
Carta del Director General
Carta del Consejo de Administración
Visión del Conscious Company Manager

Valor compartido 8

Principales magnitudes del año
Hitos 2023

Grupo Zamora Company 12

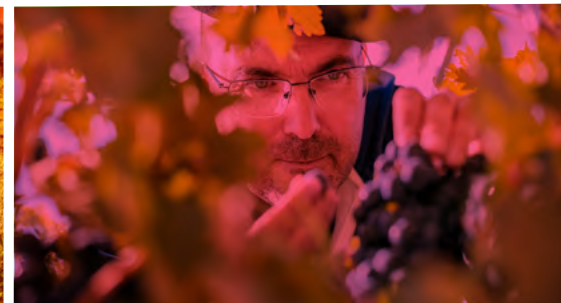
Principales indicadores
Orgullosos de quiénes somos
Modelo de Empresa Consciente
Marcas conscientes

Estrategia ambiental consciente 32

Principales indicadores
Responsabilidad ambiental

Creemos en las personas 46

Principales indicadores
Un equipo comprometido
Consumidores y clientes
Proveedores conscientes
Junto a la sociedad



Una gobernanza sólida 78

Principales indicadores
Gobierno corporativo
Trabajar desde la ética y la integridad
Respeto y defensa de los derechos humanos
Alianzas para el futuro
Impacto económico

Anexos 91

Anexo I
Anexo II
Anexo III



MENSAJES



BIENVENIDA DEL PRESIDENTE

“Es un honor dirigirme a todos en esta nueva Memoria de Sostenibilidad del ejercicio 2023. En representación de todo el Grupo Zamora Company les invito a su lectura. Allí encontrarán la actividad de este año, así como nuestros avances y compromisos en materia de sostenibilidad en donde hemos alcanzado notorios progresos a nivel económico, social, ambiental y de gobierno corporativo.

2023 ha sido el año clave para la necesidad de acelerar la transición de las compañías al paradigma de la sostenibilidad y, de esta manera, alcanzar los objetivos fijados para 2030 resumidos en ganar competitividad protegiendo los ecosistemas, la biodiversidad, así como en el desarrollo del empleo apoyando a las comunidades donde operamos desde hace más de 75 años.

Desde el Consejo de Administración, valoramos positivamente el desempeño de Zamora Company en 2023 y tenemos plena confianza en nuestras capacidades para navegar en un contexto de grandes retos, pero también de importantes oportunidades. Nos encontramos en un momento clave para nuestro sector, en donde los conflictos bélicos que todos conocemos traen consigo una serie de riesgos que inciden directamente en las cadenas de suministro siendo el consumo de nuestros productos, y en general de las categorías en las que nos movemos, algunos de los grandes afectados.

A pesar de este entorno tan complejo, la compañía continuó apostando por la mejora continua.

Con este fin, durante 2023 revisamos una gran parte de los procesos internos con el objetivo de conseguir una mayor eficiencia en el tratamiento de las operaciones.

No hay duda de que, siendo una empresa familiar, tenemos muy en cuenta que parte de los grandes retos que tenemos por delante como sociedad están ligados a la sostenibilidad. Nuestra visión es que la industria en la que operamos tiene mucho que aportar como habilitador esencial para afrontar esos grandes desafíos. En el ámbito ESG, nuestro objetivo es precisamente impulsar la sostenibilidad a través de las comunidades donde operamos y generar valor para todos nuestros grupos de interés. Esta apuesta por la sostenibilidad no sólo se refleja en la contribución que hacemos a través de nuestros productos y servicios, también, en nuestra forma de trabajar.

Para terminar, no voy a olvidarme de agradecer la dedicación de todos nuestros colaboradores por el trabajo realizado y a todos nuestros clientes y accionistas por seguir brindándonos su apoyo y su confianza.

Gracias en nombre del Consejo de Administración de Zamora Company. ”

José María de Santiago

PRESIDENTE DE ZAMORA COMPANY



CARTA DEL DIRECTOR GENERAL

“Es para mí un honor presentar un año más el Informe de Sostenibilidad 2023 de Zamora Company, el cual responde a los estándares y requerimiento en materia de sostenibilidad empresarial, que son demandados por nuestros *stakeholders* y que asume nuestro compromiso de transparencia por parte del Consejo de Administración y el equipo directivo.

Destacaría que es satisfactorio reportar avances en nuestra estrategia como Empresa Consciente, donde encontraréis datos que reafirman que la sostenibilidad forma parte de nuestro negocio.

En 2023, nuestros equipos han trabajado para hacer crecer el negocio core ejecutando los cambios necesarios para tener un modelo de crecimiento sostenible a largo plazo, estando enfocados en nuestros consumidores y clientes con el objetivo de dinamizar el portfolio con nuevas marcas e innovando en algunas categorías para satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, y de esta manera, responder a la evolución de los hábitos de consumo de los mercados.

Asimismo, hemos transformado nuestros modelos operativos adaptándonos a entornos cambiantes y generando crecimiento sostenible, empoderando a nuestros equipos. Y todo esto, continuando nuestra transformación hacia un equipo directivo renovado, reforzando con talento en roles y puestos clave.

Todos estos pasos nos estimulan junto al potencial que vemos de obtener un crecimiento más alto en todos los mercados en los que operamos a través de la creación de alianzas fuertes con nuestros *partners* clave.

En Zamora Company llevamos más de 75 años apostando por la activación de nuestras marcas, dando respuesta a las demandas de los consumidores y posicionándonos en el negocio internacional como creadores de marcas y experiencias premium, lo que nos permitirá consolidarnos en próximos años como referentes de crecimiento y rentabilidad, además de ser agentes de cambio en el desarrollo económico, social y medioambiental en las comunidades en las que operamos.

El esfuerzo de nuestro equipo, unido a la confianza de nuestros clientes, ha conseguido que la compañía cierre 2023 alcanzando ingresos, rentabilidad y flujo de caja positivos. Estos resultados no podrían ser explicados sin las medidas de gestión lanzadas e implementadas a lo largo de 2023. Estas se han basado en una organización orientada al *accountability* y la visión a largo plazo, el desarrollo de un ecosistema de alianzas estratégicas, la transformación operativa y la disciplina financiera.

También quiero destacar el desempeño de Zamora Company en materia ESG, poniendo el foco en prepararse para dar respuesta a la nueva normativa y donde los resultados obtenidos han sido posibles gracias al apoyo del Consejo de Administración quien nos ha dado la confianza para avanzar en esta dirección.

Nuestra empresa ha demostrado tener la capacidad de aprovechar las oportunidades de negocio durante 2023, presentando potencial de crecimiento para los años venideros. La hoja de ruta de nuestro próximo Plan Estratégico es el faro de guía necesario en la empresa para capturar todo este potencial.



Para alcanzar nuestras aspiraciones y cumplir las metas que nos hemos fijado contamos con la involucración y el compromiso de un excelente equipo de profesionales a los que agradezco su esfuerzo y dedicación. También quiero agradecer a nuestros clientes la permanente confianza y a nuestros socios comerciales, proveedores y demás stakeholders su apoyo y colaboración. ”

Javier Pijoan

DIRECTOR GENERAL DE ZAMORA COMPANY

CARTA DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

“ A todo el Consejo de Administración nos complace compartir, un año más, nuestra Memoria de Sostenibilidad del ejercicio 2023.

En estas páginas verán que, en materia de sostenibilidad, hemos alcanzado hitos notables manteniendo nuestro trabajo en pro del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), respaldando al Pacto Mundial de la ONU en España.

A pesar de la complejidad de los retos globales de este 2023, nos agrada informarles que Zamora Company ha podido adaptarse a los contratiempos con amplia resiliencia. De nuevo, hemos logrado cumplir nuestras metas, registrando crecimiento tanto en nuestros indicadores de negocio como en los financieros.

Independientemente de las cifras, en Zamora Company celebramos nuestra expansión internacional con la que estamos operando en más de 80 países. Esta evolución es paralela a nuestra confianza en las oportunidades de seguir creciendo en el mercado español donde la compañía lleva operando más de 75 años.

En 2023, el Consejo de Administración de Zamora Company y sus Comisiones han desempeñado sus funciones de supervisión y coordinación estratégica del negocio velando por los pilares estratégicos del Grupo y adaptando su aplicación, con el objetivo de continuar creciendo y aportar una vez más al progreso económico y social de todas las comunidades en las que estamos presentes.



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

Como empresa familiar que somos, tenemos la responsabilidad de liderar con el ejemplo. Por ello, nuestra gobernanza se erige como un faro de transparencia y responsabilidad, anclada en los valores éticos de los que nos hemos dotado para guiar nuestras decisiones y acciones.

Creemos que la participación de todas los *stakeholders* se convierte en un pilar esencial para asegurar una toma de decisiones equitativa y representativa. Especialmente, destacamos también, el esfuerzo incesante del equipo de profesionales que forma Zamora Company. Ellos son el verdadero impulso

detrás de los logros de nuestra empresa. Vuestra dedicación diaria, talento y profesionalidad, son fundamentales para el éxito continuo de Zamora Company.

Juntos, compartimos una visión y un propósito que adquieren aún más significado a medida que avanzamos. ”

Esther Aguirre

CONSEJERA Y PORTAVOZ DE LA COMISIÓN DE FAMILIA DE ZAMORA COMPANY

VISIÓN DEL CONSCIOUS COMPANY MANAGER

“ En Zamora Company la actividad de sostenibilidad, englobada dentro del modelo de Empresa Consciente, se lidera por los máximos órganos de gobierno de la compañía: el Consejo de Administración y el Comité de Dirección.

Desde los orígenes de la compañía se ha buscado impactar de forma positiva en las comunidades donde operamos, poniendo al consumidor en el centro de la estrategia de nuestras marcas y mirando hacia el futuro respetando el medio ambiente, creando empleo estable y haciendo uso de manera responsable de los recursos. Así se refleja en la estrategia de sostenibilidad integrada dentro de nuestro modelo de Empresa Consciente, en el cual se puede profundizar a través de este Informe de Sostenibilidad, encontrando nuestro desempeño ESG (ambiental, social y de gobernanza) y teniendo en cuenta el contexto actual del año 2023, respondiendo, además, a la Ley 11/28 y con los estándares GRI como marco de reporte.

El objetivo último de esta Memoria es contar con 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, para la elaboración del presente informe hemos contado con la implicación de los responsables de las diferentes áreas de negocio, así como con las consideraciones derivadas de la interacción con los principales grupos de interés.

Nuestro objetivo en futuras memorias es seguir mejorando el nivel de precisión y comparabilidad de la información aportada para reflejar el avance en nuestros objetivos como empresa consciente. Para ello, en la actualidad, y de cara a los próximos ejercicios, nos encontramos inmersos en el desarrollo de un enfoque de doble materialidad, es decir, cómo los diferentes grupos de interés –tanto internos como externos– consideran que nuestras actividades influyen en los diferentes ámbitos de la sostenibilidad (enfoque de impacto), y a su vez, sobre cómo estos temas pueden afectarnos como compañía desde la perspectiva del negocio (enfoque financiero). Además, también contempla la adaptación a los requerimientos de la nueva directiva europea de Informes de Sostenibilidad Corporativa y el uso de los estándares ESRS (European Sustainability Reporting Standards).



Somos conscientes de nuestra responsabilidad y de nuestro potencial con el cuidado del medio ambiente o el de las comunidades en las que operamos y, por supuesto, hacia nuestros colaboradores y consumidores, y todo esto siendo conscientes que nuestros productos deben ser consumidos de una manera responsable.



Marisa Almazán

CONSCIOUS COMPANY MANAGER



VALOR COMPARTIDO

**AVANZAR HACIA EL FUTURO COMO EMPRESA CONSCIENTE
ES NUESTRO MEJOR LEGADO**



CONSTRUIMOS UN LEGADO DE FUTURO CON LAS ACCIONES DE HOY



Desde siempre, nuestro compromiso como compañía ha pasado por ligar la actividad que desarrollamos al entorno natural y social que nos acoge. Así, y como parte de nuestro ADN, procuramos asegurar la protección ambiental y el crecimiento socioeconómico. Por ello, aunamos todos nuestros esfuerzos hacia un objetivo común: lograr un modelo de negocio sostenible que sea nuestro legado de futuro a la sociedad y al planeta.

Esta filosofía nos ha permitido alcanzar un valor compartido con las personas y regiones con las que colaboramos, un valor respaldado por las cifras e hitos que cada año avalan nuestro buen hacer.

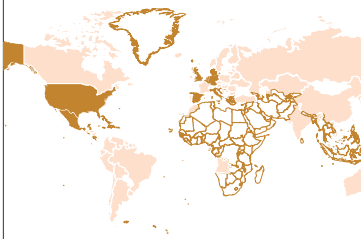
PRINCIPALES MAGNITUDES DEL AÑO

Negocio

 **268M€**
ventas


 **45,3M€**
EBITDA

 **+80** mercados operativos



Medio ambiente



63,53%  energía renovable consumida

96% residuos valorizados

Certificaciones ambientales:



Cartagena
Dicastillo



Ramón Bilbao
Mar de Frades



Cartagena

Social

 **98%** cubierto por convenio colectivo

 **39%** mujeres en plantilla

Consumidores y clientes

 Adhesión a Códigos de Autorregulación

1.200  proveedores, el 100% firmantes del Código Ético

Equipo

 **+500** empleados

 **25** nacionalidades

 **89,5%** contratos fijos

Certificaciones en calidad y seguridad alimentaria:



Plantas Licor 43, Zoco y Villa Massa



Plantas Licor 43, Zoco y Ramón Bilbao



Bodegas Ramón Bilbao



Acción social

650.000€ donados a + 10 entidades sociales

Gobernanza

Transparencia



0 denuncias en materia de derechos humanos



100% equipos formados en modelo de prevención de riesgos penales

HITOS 2023

Enero

Obtención de la **certificación 'S de Sostenibilidad'** que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) a 'Experiencia 43', el espacio experiencial de Licor 43 situado junto a la planta de producción de la marca en Cartagena (Murcia).



Febrero

Como **'Empresa Consciente'**, la compañía anuncia que para 2025 el **90%** de su **consumo energético** procederá de **energías renovables**.



Marzo



Martin Miller's Gin es reconocida en los **World Gin Awards 2023**, premios que otorga Gin Magazine. 9 Moons y Westbourne obtuvieron la medalla de oro.

Abril

Se comienza a trabajar en el **cálculo de la huella de carbono**, según el estándar de la **IWCA** (International Wineries for Climate Action), asumiendo el compromiso de emprender acciones colectivas para descarbonizar el sector vitivinícola mundial.

Mayo

El certamen **San Francisco World Spirits Competition** otorga sendas medallas de oro a **Villa Massa Vermouth Giardino Tradizionale Di Torino Rosso** y a **Villa Massa Amaretto**. La marca triunfa también en los premios **IWSC – Club Oenologique**.

Junio

Por quinto año consecutivo, **Ramón Bilbao** continúa brillando en el prestigioso listado **The World's Most Admired Wine Brands**, **permaneciendo entre los 50 nombres** de este exclusivo listado internacional.

Julio y agosto

La Junta General de Accionistas aprueba las cuentas anuales consolidadas de 2022, ejercicio en el que **la compañía creció un 21%** hasta alcanzar una **facturación récord de 266 M€**.

Septiembre

Se comienza a comercializar y distribuir en Iberia las nueve expresiones de la familia **Ron Abuelo**, productos galardonados y reconocidos internacionalmente entre los mejores rones añejos del mundo.

Ron
ABUELO

Octubre

El certamen **The Spirits Business Masters** concede una medalla máster para **Licor 43 Chocolate**, así como la medalla de oro a otros seis productos de Zamora Company.

Noviembre

Cruz de Alba obtiene la certificación **Demeter** por su enfoque en **la agricultura biodinámica**.



Diciembre

Inauguración del nuevo espacio gastronómico **Cuarentaytres** en el **Puerto de Cartagena**, un enclave único que espera convertirse en un referente regional, nacional e internacional.



GRUPO ZAMORA COMPANY

**LO QUE NACIÓ COMO UN SUEÑO, HOY ES UNA REALIDAD: SOMOS
REFERENTES EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS PREMIUM**

PRINCIPALES INDICADORES



Compañía



	2023	2022
Países en los que opera	+80	+80
Mercado nacional	46%	48%
Mercado internacional	54%	52%
Plantas de producción	8 en 3 países	9 en 4 países
Marcas propias		
Espirituosos	9	9
Vinos	3	4

Negocio



	2023	2022
Ventas		
Espirituosos	60%	57%
Vinos	40%	43%
Litros anuales		
Licores (M)	+14	+10
Vinos (M)	+13	+4



“Llevamos más de 75 años enamorando al consumidor con marcas actuales, honestas, conscientes y comprometidas”

Javier Pijoan

DIRECTOR GENERAL DE ZAMORA COMPANY

ORGULLOSOS DE QUIÉNES SOMOS

En Grupo Zamora Company estamos orgullosos de ser una compañía de capital 100% familiar y origen español, especializada en la elaboración y comercialización de vinos y espirituosos de la más alta calidad. Esta labor la desarrollamos a través de un modelo de negocio responsable, consciente del legado de futuro que queremos dejar y basado en la sostenibilidad del negocio, de la sociedad y del planeta.

Somos fieles a nuestras raíces y a la tradición, a la vez que tenemos una clara vocación global. Siguiendo esta ambición, en la actualidad contamos con una asentada reputación, así como con una amplia gama de productos distribuidos en más de 80 países y respaldados por instalaciones de producción en España, Italia y EE. UU. En esta misma línea, nuestro equipo es tan diverso como la propia compañía y está formado por personas de más de 25 nacionalidades.

En nuestra plantilla, formada por más de 500 profesionales, cada integrante es único. Sabemos que con cada uno de ellos compartimos un fuerte compromiso y responsabilidad para llevar adelante cada proyecto. Inspirados en los valores fundamentales de los fundadores, las personas que forman parte de Zamora Company son la columna vertebral de la empresa, modelando su identidad y diferenciándola de otras del sector.

Por otro lado, cabe destacar que, durante el transcurso de 2023, hemos progresado en la

elaboración y aprobación del nuevo Plan Estratégico a largo plazo, respaldado por:

3 pilares

Construcción de marcas

Innovación

Ruta al Mercado

2 habilitadores claves

Transformación digital

Talento

1 facilitador de la estrategia

Sostenibilidad

Tenemos una motivación: ser una compañía con tradición y con un futuro brillante, basado en el emprendimiento, el esfuerzo, el trabajo en equipo, la innovación y el mejor talento

Más de 75 años de espíritu emprendedor

A lo largo de nuestra trayectoria, siempre hemos sido conscientes de que juntos somos capaces de llegar mucho más lejos: a más categorías, a más consumidores, a más mercados.

1946

La familia Zamora comienza a elaborar y comercializar **Licor 43**, siguiendo una fórmula de la época romana. Diego Zamora es el primer presidente de la compañía.



50's-60's

Realización de campañas creativas de marketing que ayudaron a construir una sólida imagen de **Licor 43** llevándolo a un importante crecimiento y consolidándolo como licor de referencia en España.

70's-90's

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

1999



Incorporación de las bodegas **Ramón Bilbao, Mar de Frades y Cruz de Alba**. Es una apuesta firme por una manera única de entender el mundo del vino.

2000

Crecimiento sólido en España mientras establecemos **acuerdos de distribución con grandes marcas internacionales**.



2017-2018

Nuevo nombre e identidad corporativa con el objetivo de unificar e integrar todas las organizaciones internas en una única compañía a nivel global. Incorporación de las marcas El Afilador, Yellow Rose, Lolea, Martin Miller's Gin y Villa Massa.



2019

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

2020-2022

Lanzamiento del modelo de Empresa Consciente. En 2021 se celebra el **75 aniversario de la compañía**. Se avanza en la definición de un nuevo plan estratégico.

2023

Como **'Empresa Consciente'**, se esfuerza por trabajar con *stakeholders*. Compromiso constante con la promoción de un **consumo responsable** de bebidas alcohólicas en adultos a través de acciones de sensibilización para prevenir el abuso.



Una identidad bien definida

Nuestra compañía cuenta con unos principios sólidos y sostenidos a lo largo de los años que son la guía para todas las personas que forman parte del Grupo y la base de nuestra identidad corporativa.

UNIQUE WINES & SPIRITS BRANDS

Nuestra meta es concebir, desarrollar y lanzar al mercado **marcas exclusivas de vinos y licores de primera calidad**, que sean únicas, deseables para los consumidores y se distingan de la competencia. Las marcas son el corazón de la empresa y nuestro portfolio es la esencia misma de nuestra identidad. No nos conformamos con cualquier marca; ya sean creadas internamente o adquiridas, estas deben destacarse siempre por su singularidad y diferenciación.



GLOBAL PASSIONATE TEAM

Como compañía, **estamos comprometidos, orgullosos** y profundamente **apasionados por nuestra labor**. Contamos con un extenso equipo internacional, diverso y talentoso, que demuestra habilidades multidisciplinares y está completamente dedicado al crecimiento del negocio, manteniendo siempre en alto sus valores humanos fundamentales. Cada individuo tiene un papel importante, y su compromiso sincero se suma al de todo el equipo de manera abierta y colaborativa, impulsándolos constantemente a superar sus límites.

FAMILY-OWNED CONSCIOUS COMPANY

Como **empresa familiar**, nos enorgullecemos de las **profundas raíces** y **rica historia**, así como de los sólidos valores éticos y morales. El Grupo mantiene un gran **compromiso con la continuidad y la permanencia**, y desea dejar un legado significativo para las generaciones futuras. Dedicados a generar valor a largo plazo, contribuimos a la construcción de una sociedad más justa, sostenible y resistente.

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

En 2023 hemos mantenido la misión, visión y valores, revisados en 2022, con el objetivo de sentar unas bases sólidas que muestren el ADN de nuestro Grupo.

MISIÓN

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

VISIÓN

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

VALORES

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

Compromiso

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

Independencia

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

Innovación

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

Líneas de negocio

Nuestra actividad se centra, principalmente, en tres líneas de negocio:



Producción de vinos: bajo el *subholding* de Ramón Bilbao Vinos y Viñedos, S.L., se engloban las bodegas y productores de vino.



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



Distribución: la distribución se organiza por mercados, algunos de los cuales son atendidos mediante rutas propias del Grupo, mientras que para aquellos donde no hay presencia directa se utiliza Zamora Company Global, S.L.U.

PRESENCIA EN EL MERCADO

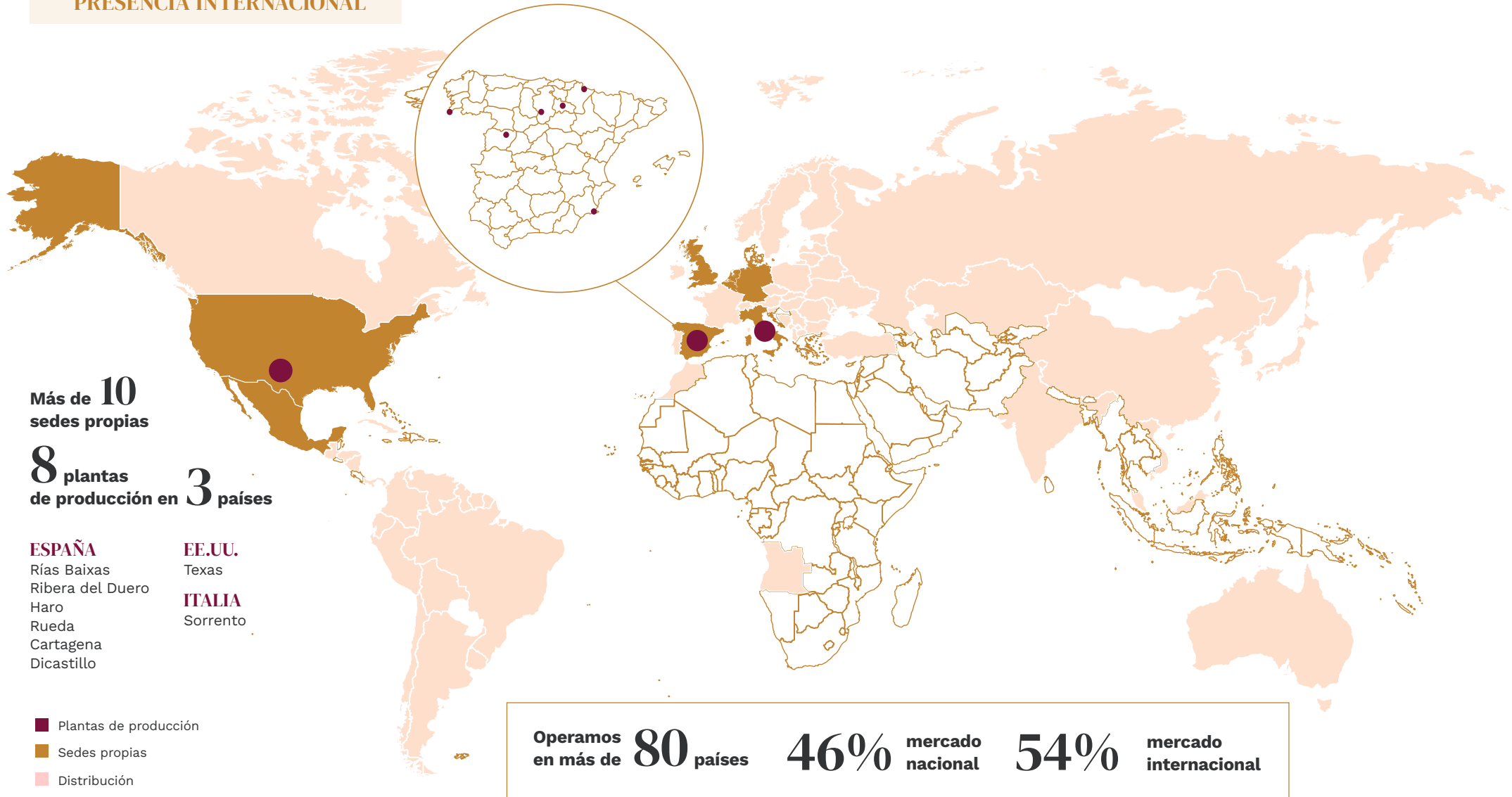
Domicilio social Grupo Zamora Company: Calle Silicio, nº 10, Polígono Industrial de los Camachos, Cartagena (Murcia).

Sede central: Calle Pléyades, 23, 28023 Aravaca (Madrid).

Principales instalaciones industriales: Cartagena (Murcia), Haro (La Rioja), Dicastillo (Navarra), Meis (Pontevedra), Rueda (Valladolid) y Madrid.

Instalaciones y almacenes de distribución: Haro, Cartagena, Barcelona, Galicia, Navarra, Italia, Estados Unidos y Reino Unido, principalmente.

PRESENCIA INTERNACIONAL



MODELO DE EMPRESA CONSCIENTE

Nuestro modelo de negocio se basa en dos pilares fundamentales: la familia y la consciencia. Esta forma de entender la actividad empresarial nos ha permitido operar en más de 80 países, sin perder el contacto con nuestras raíces y nuestra historia.

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

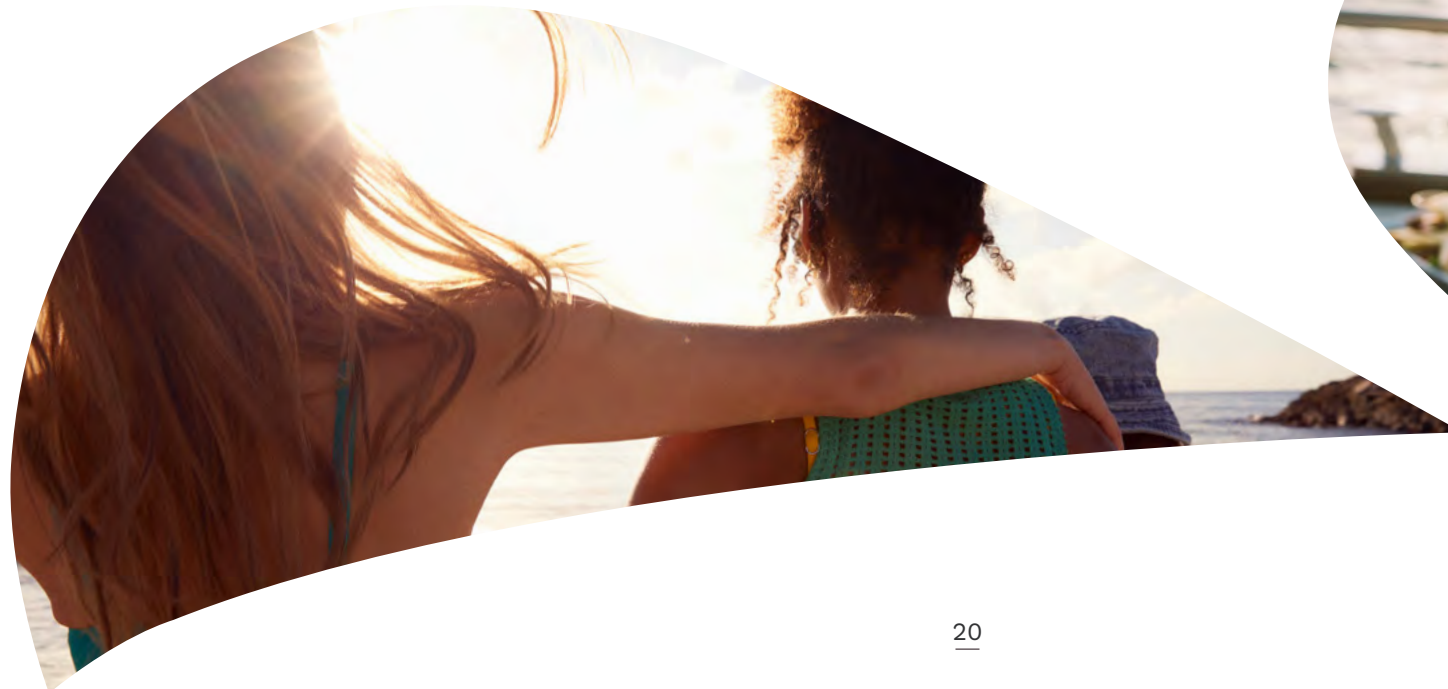
De esta forma, la familia Zamora despliega, desde la alta dirección hasta el último empleado y colaborador,

una serie de valores éticos y morales que sirven de guía para cualquier decisión empresarial que se tome dentro o fuera de la organización.

Asimismo, en el Grupo fomentamos un entorno de trabajo diverso en el sentido más amplio del término que permita adaptarse mejor a las necesidades de nuestros profesionales, del sector, de los clientes y de los consumidores.

Y todo ello desde la responsabilidad, promoviendo un consumo de bebidas alcohólicas moderado, y sensato en adultos, invirtiendo recursos en programas para prevenir el abuso y colaborando con las asociaciones del sector que buscan el mismo objetivo.

Respeto por la tradición, vocación por la innovación y una conexión inevitable con la naturaleza son los valores que impulsan a nuestro Grupo



Qué significa ser Empresa Consciente

La forma en que entendemos el desempeño de nuestra actividad empresarial se refleja en el 'Plan de Empresa Consciente de Zamora Company', que se sustenta en:

3 pilares de actuación

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

3 ejes transversales

- **Buen gobierno**
- **Transparencia**
- **Liderazgo consciente**

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

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



Compromisos a largo plazo

Estamos firmemente comprometidos con las prioridades globales de la Agenda 2030 que guían el progreso hacia un futuro sostenible. Para ello,

identificamos y priorizamos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en los que podemos tener un impacto positivo relevante y significativo.



Empleados empoderados



Compromiso con el planeta



Consumidores y sociedad



Liderazgo como empresa consciente



Transparencia y diálogo con los grupos de interés



Buen gobierno



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

En este camino no estamos solos, formamos parte de un ecosistema empresarial comprometido con el impulso y mejora del impacto colectivo global de la Agenda 2030. Por ello, hemos renovado un año más el Pacto Mundial de Naciones Unidas, reafirmando el compromiso público y sincero con sus 10 principios relativos a derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.



“Aprovechamos nuestros recursos para abordar los desafíos sociales, económicos y ambientales más apremiantes de nuestro tiempo”



Adrián Subia
DIRECTOR PLANTA DICASTILLO



Cerca de nuestro entorno

Como Empresa Consciente, sabemos que es vital establecer y mantener un diálogo continuo y constructivo con los grupos de interés, tejiendo relaciones sanas y duraderas con ellos e incorporando sus necesidades a la estrategia y toma de decisiones del Grupo.

De esta forma, fomentamos una comunicación clara, honesta, transparente e íntegra con la intención de dar respuesta a las expectativas e inquietudes de aquellos con los que nos relacionamos (más información en el capítulo de Anexo).

GRUPOS DE INTERÉS

Familia / Accionistas

La visión a largo plazo de una empresa familiar y consciente como la nuestra se centra en la dedicación hacia las futuras generaciones, el fomento del empleo, el apoyo a su entorno y la contribución a la sociedad en su conjunto.

Equipo

Buscamos inspirar sentido de orgullo y motivación en cada persona que pertenece a la organización, impulsándolas a alcanzar su máximo potencial y talento de manera continua.

Clientes y consumidores

El respaldo y la fidelidad de quienes confían en nuestro Grupo nos permite brindar servicios de excelencia, productos distintivos y vivencias inolvidables para clientes y consumidores.

Proveedores

Queremos establecer una cadena de suministro ética y alineada con nuestros valores de Empresa Consciente, con el objetivo de establecer sinergias que fomenten un crecimiento mutuo.

Partners

Esta colaboración se cimienta en la claridad y la seguridad, estableciendo lazos duraderos que permitan avanzar de manera sinérgica.

Organismos reguladores

La confianza que generamos en las administraciones públicas es fruto de nuestro buen hacer empresarial, la transparencia y el cumplimiento estricto de la normativa vigente.

Sector empresarial

Defendemos los intereses comunes de la industria, siendo partícipes de los distintos acuerdos sectoriales y contribuyendo a la mejora conjunta de todo nuestro ecosistema.

Instituciones científicas, académicas y culturales

Respaldamos el avance del conocimiento y la innovación dentro de nuestro ámbito, así como la protección de la riqueza cultural y social mediante la promoción activa de la cultura y el arte.

Comunidades locales y sociedad

En nuestro ADN está fomentar el progreso social y la conservación del medio ambiente, impactando positivamente en todos los lugares donde desarrollamos nuestra actividad.

MATERIALIDAD

En 2023 hemos revisado los resultados de nuestro análisis de materialidad, desarrollado por primera vez en 2020, para asegurar que las cuestiones relevantes siguen presentes en nuestra estrategia, abordando de forma progresiva los asuntos prioritarios identificados.

Tenemos previsto publicar los resultados de dicha revisión durante el próximo ejercicio, teniendo en cuenta, además, los requerimientos y las recomendaciones de la nueva CSRD (Directiva sobre Información Corporativa en Materia de Sostenibilidad).

Asimismo, estamos trabajando en el enfoque de doble materialidad, es decir, cómo los diferentes grupos de interés, tanto internos como externos, consideran que nuestras actividades influyen en los diferentes ámbitos de la sostenibilidad (enfoque de impacto), y a su vez acerca de cómo estos temas pueden afectarnos como compañía desde la perspectiva del negocio (enfoque financiero).

Para más información sobre nuestros aspectos materiales, consultar el capítulo de Anexo.



Ali Hariri

DIRECTOR CLUSTER EUROPA & MERCADOS EMERGENTES

“Cada día, nos esforzamos por fortalecer la relación de confianza y transparencia que tenemos con nuestros clientes y socios comerciales, con el fin de incorporar sus necesidades y expectativas en nuestras decisiones estratégicas”



MARCAS CONSCIENTES

En Grupo Zamora Company contamos con un portfolio de vinos y espirituosos premium altamente consolidado que, gracias a nuestra marcada vocación internacional, distribuimos a lo largo de los cinco continentes.

NUESTRO PORTFOLIO: NUESTRO ADN



Licor 43



Licor 43 RTD



Gressy



Martin Miller' Gin



Mar de Frades



Ramón Bilbao



Zoco



Berezko



El Afilador



Cruz de Alba



Lolea



Yellow Rose



Thunder Bitch



Villa Massa



Empresa consciente

Como parte de la Empresa Consciente que somos, se derivan nuestras Marcas Conscientes. Los atributos de nuestras marcas core son:

-  **Actuales**
-  **Accesibles**
-  **Honestas**
-  **Sostenibles**
-  **Comprometidas**



★ Marcas actuales

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



“Apostamos por productos innovadores que han recibido más de 40 premios y reconocimientos durante 2023”



Inés Varas

DIRECTORA GLOBAL DE INNOVACIÓN NUEVAS MARCAS

Algunos ejemplos son:

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

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



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

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



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



Vermouth Giardino Tradizionale Rosso y **Mediterranean Dry de Villa Massa**, estilo innovador y más ligero por su sabor fresco a cítricos y su ligera salinidad, con ingredientes de los Alpes italianos para el Vermouth Giardino Tradizionale, y Sorrento para el Mediterranean Dry.



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

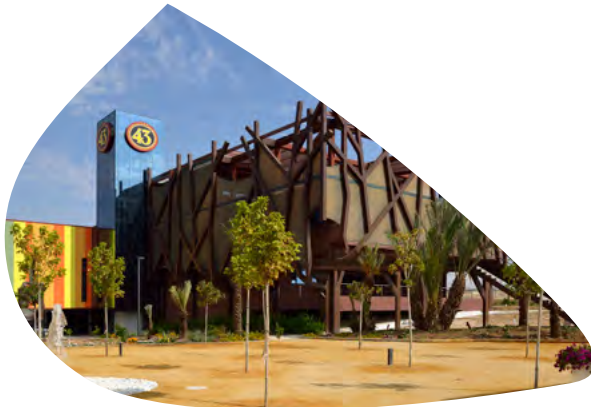


Marcas accesibles

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

Productos listos para disfrutar en cualquier momento y lugar: formato en lata de Lolea N.º 1, con bajo contenido en alcohol y productos “listo para tomar” (RTD) dentro de la gama de Licor 43, como, por ejemplo: Carajillo 43, Licor 43 Milk y Licor 43 Coco Milk.

“**Experiencia 43.** Primer centro de turismo industrial de España en recibir el **sello “S” Sostenibilidad Turística**”.

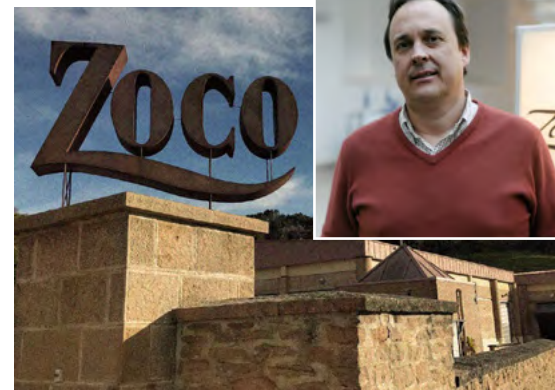


Un espacio para disfrutar del Albariño **Mar de Frades** a más de mil metros de altura: Garmet Lounge Mar de Frades en ARAMON Formigal-Panticosa, donde, como novedad, en 2023 se pudo disfrutar de un concierto del grupo español Taburete.

Visitas guiadas en la destilería de pacharán **Zoco** en Dicastillo (Navarra), servicio lanzado en 2022.

Cruz de Alba fue anfitriona en su bodega de un encuentro centrado en la viticultura biodinámica, práctica extendida por todas las zonas vitivinícolas de España en mayor o menor medida, y que tuvo como título “Sintiendo Paisajes”.

La bodega trata así de, a través de seis productores expertos en biodinámica, dar a conocer cómo afecta el cambio climático a la práctica de la biodinámica en los diferentes entornos vitivinícolas y territorios españoles.



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

Marcos Perezpayá

MANAGER ALIMENTACIÓN

El canal propio de venta *online* del Grupo sigue creciendo: **Club Venturio** para los amantes del vino.



Marcas honestas

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

Promovemos, con la colaboración de asociaciones del sector (FEBE y FeV), el consumo y el ocio responsable



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

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



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



“ Fomentamos un consumo responsable, a través de una información rigurosa y desarrollando una publicidad consciente ”



Dolores Cantrell

DIRECTORA DE MARKETING DEL CLUSTER DE EE.UU.

Marcas sostenibles

Apostamos por marcas respetuosas con el entorno en toda su cadena de valor, optimizando su huella ambiental e innovando para diseñar un *packaging* cada vez más sostenible.



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



Instalaciones y viñedos certificados bajo estándares ambientales de reconocimiento internacional.



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



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

“Apostamos por marcas respetuosas con el entorno en toda su cadena de valor, optimizando su huella ambiental e innovando para diseñar un *packaging* cada vez más sostenible”

Raquel Zaldivar

DIRECTORA DE VINOS DE INNOVACIÓN GLOBAL

Seguimos avanzando en un **packaging más sostenible** optimizando la huella ambiental de nuestros productos:

- Etiquetas de papel ecológico certificado fabricado con fibras 100% recicladas.
- Reducción del peso de nuestras botellas, ahorrando material y evitando cantidades significativas de emisiones de CO₂.

Un ejemplo es la reducción del peso de la icónica botella de **Licor 43**, lo cual ha permitido ahorrar más de 100 toneladas de vidrio anuales. Asimismo, en Mar de Frades también se ha desarrollado una nueva versión de la emblemática botella azul, reduciendo su peso un 16%, lo que supondrá un ahorro de 93 t/año en vidrio y de 47 t/año de CO₂.



Marcas comprometidas

Situamos a las personas, siempre, en el centro de las decisiones. Nuestras marcas están comprometidas con las comunidades locales donde desarrollan su actividad, apoyando, además, el arte y la cultura.

Promovemos la cultura y el arte mediante diversas actividades y patrocinios:

- Mar de Frades patrocina la **Mercedes-Benz Fashion Week Madrid**, como vino oficial de la gran plataforma de la moda española. La etiqueta de su última edición limitada en 2023 ha sido obra del diseñador Roberto Diz.
- Asimismo, Mar de Frades, por sexto año consecutivo, apoya el cine como colaborador en el **71º Festival de San Sebastián**, afianzando su compromiso con el mundo de la cultura y el arte.



MAR DE FRADES
GUÍA AZUL



- **La Guía Azul de Mar de Frades, Casa Atlántica** es un espacio exclusivo donde el influencer Álvaro López Huerta comparte una copa de vino con siete personalidades únicas del mundo de la moda, de la cocina y la televisión, que revelan sus secretos para contagiarse del 'espíritu más atlántico' y 'Vivir en Azul' en sus ciudades natales. Nuria Roca, Malena Costa, Alex Riviére, Fabio Encinar, Dani García, Javier Olleros y Tomás Páramo han sido algunos de sus invitados.
- **Licor 43** promueve la oferta gastronómica y de ocio de la región de Murcia, creando en el Puerto de Cartagena el espacio **'Cuarentaytrés'**, llamado a ser un referente gastronómico y de ocio, contribuyendo al desarrollo económico, comercial y social de la zona portuaria, proyecto impulsado por la Autoridad Portuaria y la Alcaldía de Cartagena.

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



Martin Miller's Gin también ha participado en diversos patrocinios durante 2023, entre los que destacan:

- **Elle Gourmet Awards**, premios organizados por la reconocida publicación de moda, belleza y salud Elle, que reconoce a aquellas personas e instituciones destacadas por su contribución al desarrollo de la gastronomía, la innovación, la alimentación saludable, la divulgación y el amor por la buena vida.
- **Mercedes-Benz Fashion Week Madrid**, reforzando el apoyo de la marca con la industria de la moda española a través de este patrocinio.
- **Premios Esquire Hombres del Año**, celebrados en Madrid con el objetivo de reivindicar el talento, la valentía y la ilusión de artistas y deportistas destacados durante 2023.
- **Premios Harper's Bazaar Mujer del año**, galardones con los que la publicación de moda busca reflejar su compromiso con la sociedad actual y su responsabilidad en la promoción de los mensajes que ayudan a construir un futuro mejor mediante el reconocimiento a aquellas mujeres que han destacado por su talento y esfuerzo.

“ Situamos a las personas, siempre, en el centro de las decisiones. Nuestras marcas están comprometidas con las comunidades locales donde desarrollan su actividad, apoyando, además, el arte y la cultura ”

Alejandro Sánchez-Gómez
MARKETING DIRECTOR IBERIA





ESTRATEGIA AMBIENTAL CONSCIENTE

TENEMOS UN EMPEÑO: CUIDAR DEL PLANETA QUE TENEMOS HOY PARA QUE TAMBIÉN PUEдан DISFRUTARLO LAS PRÓXIMAS GENERACIONES Y QUE NUESTRA ACTIVIDAD PERDURE EN EL TIEMPO

PRINCIPALES INDICADORES



Acción por el clima

2023 2022



Energía renovable consumida	63,53%	62%
Emisiones de Alcance 1 y 2 (gCO₂e/l embotellado)	34,70	32,95
Energía consumida (kWh/l embotellado)	0,25	0,24

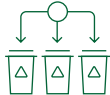


Circularidad

2023 2022



Consumo de agua (l agua/l embotellado)	2,58	1,90
Residuos (valorizados/reciclables)	96%	93%
Material publicitario con certificado FSC	100%	80%



Biodiversidad

2023 2022



Vegetales ligados a zonas geográficas (t)	+13.000	+13.000
--	----------------	----------------



“ En Zamora Company apostamos por la protección del medio ambiente como pilar de nuestro futuro. Somos responsables y ambiciosos en la lucha contra el cambio climático ”

Mari Carmen Vallejo

DIRECTORA GLOBAL DE ESPRITUOSOS

RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

En Grupo Zamora Company somos conscientes de que no podemos, ni queremos, mantenernos al margen de la lucha contra el cambio climático. De esta forma, consideramos que la excelencia empresarial también se demuestra a través del compromiso con la preservación del medio ambiente. Por ello, defendemos un **consumo racional y eficiente de los recursos**, así como una reducción de las emisiones procedentes de nuestras actividades. Asimismo, integramos en todas nuestras operaciones, de manera clara y directa, el **respeto por el entorno** en los lugares donde desarrollamos nuestra actividad.

Este compromiso ambiental lo mantenemos a lo largo de toda la cadena de valor, centrándonos en los aspectos ambientales identificados como significativos y en las líneas estratégicas definidas en nuestro modelo de Empresa Consciente:

Desde hace años, lideramos acciones que nos posicionan como un actor clave en la lucha contra el cambio climático

Nuestras certificaciones ambientales



Cartegena
Dicastillo



WINERIES
for Climate Protection
Ramón Bilbao
Mar de Frades



Cartagena



Acción por el clima



Circularidad



Protección de la biodiversidad



Proveedores conscientes (desarrollado en el capítulo 3. Creemos en las personas)





Acción por el clima

Los cambios climáticos y meteorológicos, cada vez más evidentes y extremos, representan un desafío significativo para nuestra actividad empresarial, viendo comprometida la estabilidad y continuidad de las operaciones. Por ello, buscamos constantemente innovar en la adopción de medidas que se adapten a esta problemática.

De manera voluntaria, formamos parte del **Grupo Impulsor del Compromiso por el Desarrollo Sostenible del Puerto de Cartagena**, donde se promueve el estricto cumplimiento de los ODS relacionados de manera directa con el medio ambiente. En dicho Grupo, el ODS 13 'Acción por el Clima' cobra una gran relevancia, promoviendo la conciencia colectiva en la lucha contra el cambio climático y sus efectos.

Asimismo, participamos en la jornada **Cartagena Puerto Sostenible**, organizada por la Autoridad Portuaria, para exponer los hitos medioambientales de Zamora Company en general y de la planta de Cartagena en particular.

“ Como Empresa Consciente, ponemos todo nuestro empeño en seguir detectando áreas de mejora que nos permitan crecer de forma sostenible y mirar al futuro con optimismo ”



Matt Appleby

DIRECTOR CLUSTER EE.UU.



Cartagena



Ramón Bilbao, bodega sostenible

Desde que en 2017 Ramón Bilbao se uniese al programa **Wineries for Climate Protection**, la bodega se ha consolidado como una de las más sostenibles en el sector, obteniendo una certificación única y específica para el sector vinícola en materia de sostenibilidad que, además, se encuentra amparada dentro de la FEV (Federación Española del Vino).

Asimismo, Ramón Bilbao reafirma su compromiso con la producción primaria al ser la primera en certificar las actividades en viñedo y al ser la única bodega española en formar parte del comité fundador de la **Sustainable Wine Roundtable (SWR)**, una iniciativa global dedicada a promover la sostenibilidad y abordar las consecuencias del cambio climático en la industria del vino.

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

Cabe destacar que Ramón Bilbao ha estado cultivando uvas en altitudes no convencionales, especialmente para la gama de vinos 'Viñedo de Altura', ubicados a 700 metros de altitud en la Rioja Alta y la Rioja Oriental. Esta iniciativa se alinea con uno de las metas adoptadas en cuanto a los sistemas de cultivo: adaptar las etapas de maduración con el objetivo de retrasar las mismas.

Mar de Frades, innovación y diferenciación

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

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

Por todo lo recogido anteriormente, en Zamora Company enfocamos nuestros objetivos medioambientales en la optimización del consumo energético y la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) a la atmósfera.



EFICIENCIA ENERGÉTICA

Durante 2023, en Zamora Company hemos llevado a cabo diversas medidas destinadas a mejorar la eficiencia energética y a **fomentar el uso de energías renovables**. Algunas de ellas han pasado por:

- La implementación de sistemas de autogeneración eléctrica renovable mediante la instalación de placas solares. Así, por ejemplo, en la planta de Ramón Bilbao Haro, tras la instalación de estas placas se ha logrado reducir la dependencia de fuentes energéticas convencionales o la renovación de sistemas de autogeneración eléctrica en la planta de Cartagena.
- La compra exclusiva de electricidad 100% de origen renovable.
- La sustitución de la luminaria actual por tecnología LED que no solo reducirá el consumo energético, sino que también prolongará la vida útil de los sistemas de iluminación.
- El fomento de la concienciación y formación de nuestra fuerza laboral, promoviendo una cultura corporativa orientada hacia el uso responsable de la energía.

En 2023, y debido a la caída de la producción, hemos registrado una **disminución del 2,93%** en su consumo total de energía respecto a 2022 (en valor absoluto).

Cabe destacar el aumento del consumo de energía renovable, que en 2023 ha alcanzado el 63,53% (incrementando el consumo con respecto al año anterior). Esta tendencia ascendente se debe, en gran medida, a la utilización de energía autogenerada por las placas fotovoltaicas instaladas.

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

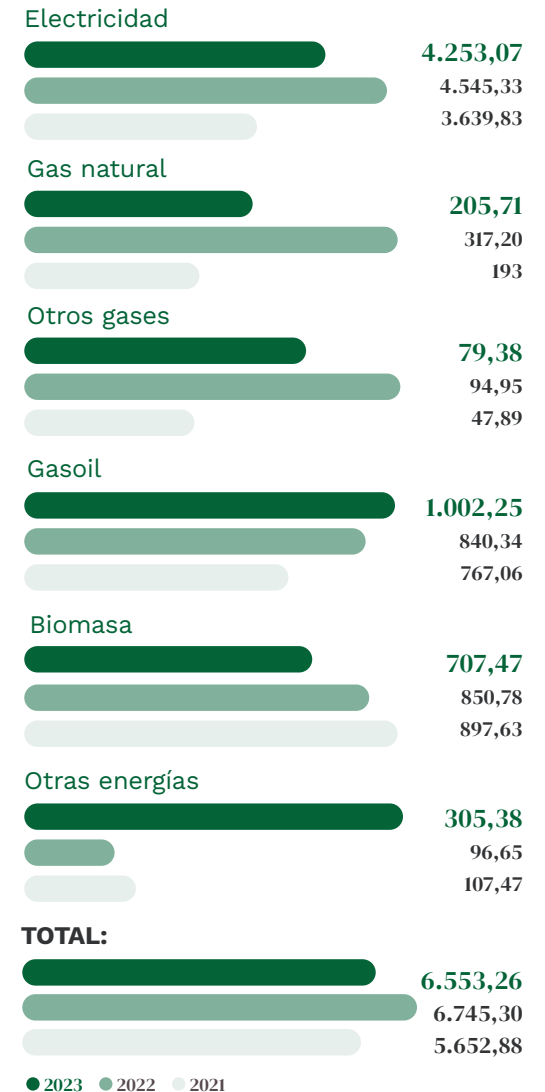
Nos comprometemos a que, en 2025, el 90% de nuestro consumo energético provenga de fuentes renovables. En 2023, el promedio de consumo energético renovable alcanzó el 63,53%



Intensidad energética (kWh/l embotellado)



Indicadores de consumo energético (MWh)



EMISIONES Y HUELLA DE CARBONO

Desde Zamora Company, Grupo certificado bajo estándares de sostenibilidad como WfCP y SWfCP, trabajamos activamente para reducir las emisiones de GEI. Este férreo compromiso persigue dar cumplimiento a otro objetivo planteado a nivel de Grupo: la reducción de hasta un 15% de sus emisiones de CO₂ para el año 2025.

El primer paso dado en esta dirección ha sido la identificación de nuestros principales focos de emisión a la atmósfera, que son: el uso de calderas, equipos de climatización y la flota propia de la empresa.

Entre las medidas adoptadas en 2023 para la mitigación del cambio climático destacan:

- La autogeneración de energía limpia a partir de la **instalación de placas fotovoltaicas** en los centros de Ramón Bilbao y Cartagena.
- Realización de **programas preventivos de mantenimiento** para conservar las condiciones óptimas de funcionamiento de equipos y maquinarias.
- Instalación de **calderas de biomasa** en tres de los centros de producción (Cartagena, Haro, Rueda). Adicionalmente, durante 2022, el centro de Dicastillo ya había sustituido su caldera de gasoil por una más eficiente y respetuosa con el medio ambiente.
- Compromiso con la **adquisición de maquinaria de última generación**, con miras a explorar en el futuro la movilidad eléctrica como alternativa sostenible para la flota de vehículos.

Las operaciones asociadas a la actividad empresarial de la compañía son llevadas a cabo con el máximo cuidado, respetando en todo momento la normativa vigente.

Indicadores de emisiones GEI

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

“ Para 2025, pretendemos reducir hasta un 15% las emisiones de CO₂, considerando 2018 como año base ”



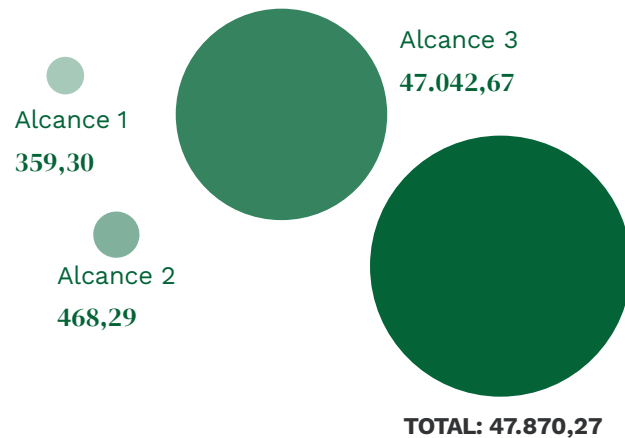
Carmelo San Martín Gil

MANAGER GLOBAL DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE



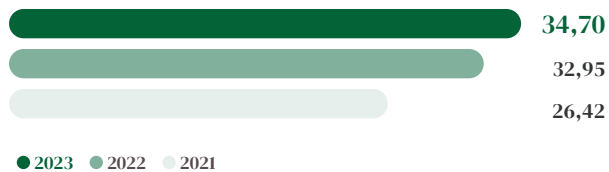
En la revisión de nuestra huella de carbono se abordaron todas las plantas del Grupo en España, permitiendo reportar exhaustivamente los tres alcances y, con ello, poder plantear un plan de descarbonización que lleve a la compañía a alcanzar sus compromisos.

Cálculo de emisiones (tCO₂e) (2022)



Emisiones de Alcance 1 y 2

(gCO₂e / litro embotellado)

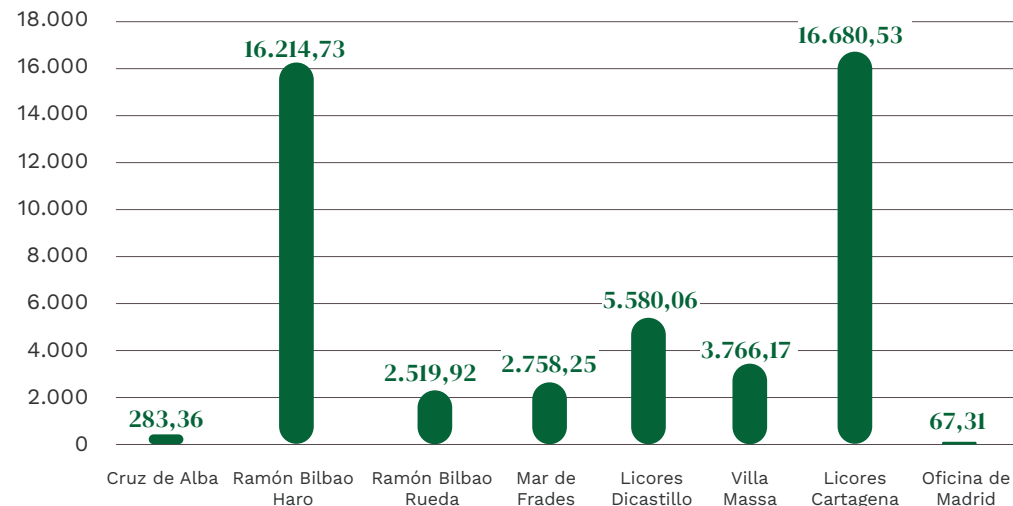


Medio ambiente

En 2023, hemos dado un paso más hacia la sostenibilidad, llevando a cabo una minuciosa revisión de la huella de carbono correspondiente al año 2022



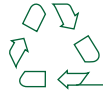
Huella de carbono por centro (t CO₂ e)*



*Según los cálculos mencionados, la huella de carbono del Grupo la integran las huellas de las bodegas, centros y oficina.

Como parte del proceso de certificación de la huella de carbono, las emisiones han sido sometidas a un proceso de verificación bajo el estándar ISO 14064.

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



Circularidad

Debido a la actividad empresarial que desarrollamos, la **economía circular** es de vital importancia para nosotros. De esta forma, planteamos diversas maneras de producir y consumir de una manera sostenible, afectando de una forma directa a los flujos de recursos y residuos.

PACKAGING

En la compañía utilizamos, en una proporción cada vez mayor, criterios sostenibles en los proyectos de innovación, especialmente en lo concerniente al embalaje. Entre las iniciativas adoptadas destacan:

- Reducción del peso unitario de los envases consiguiendo una mayor ligereza de estos.
- Aumento del porcentaje de material reciclado en los envases, facilitando la circularidad de los residuos.
- Diseño de envases más fácilmente reciclables, facilitando la separación de los distintos componentes del envase (etiquetas, corona y otros componentes).
- Utilización de materiales respetuosos con el medio ambiente, como biodegradables, reciclados y reutilizables, con un enfoque particular en la reducción del uso de plásticos. Además, en la medida de lo posible, se prioriza la utilización de los materiales naturales como el corcho.

- Minimización del desperdicio de material a lo largo de todo el proceso de producción.
- Simplificación de la decoración y el uso de tintas, así como la incorporación de pigmentos biodegradables.
- Optimización de los gramajes en papel y cartón, así como de los sistemas de embalaje para reducir el impacto ambiental.

Fortalecemos la relación con los proveedores, colaborando en la búsqueda de alternativas de materiales más sostenibles



Casos de éxito

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

Vidrio

Se ha establecido una estrecha colaboración con Ecovidrio para gestionar el envasado de vidrio, enfocándose en la prevención y el ecodiseño. Entre los proyectos más destacados se encuentran:

- **Botellas Ramón Bilbao crianza y otras marcas minoritarias**
Objetivo: Reducción de 40 gr del peso total.
Resultados: Se ven afectados alrededor de 6.474.193 envases (más de 40.000 Hl).
- **Botellas Ramón Bilbao Rueda**
Objetivo: Reducción de 60 gr del peso total.
Resultados: Se ven afectados alrededor de 329.905 envases (más de 2.400 Hl).
- **Botellas Ramón Bilbao Rosado**
Objetivo: Reducción de 60 gr del peso total.
Resultados: Se ven afectados alrededor de 185.136 envases (más de 1.300 Hl).

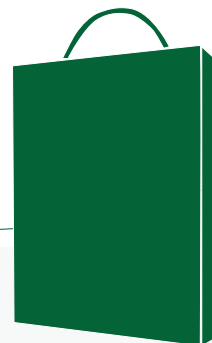


Medio ambiente

Cartón

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

- **Reducción de gramajes en la Caja de 12 de Lolea N1**
Objetivo: Reducción de 70 gr del peso total.
Resultados: Se ven afectados alrededor de 10.264 envases (más de 900 Hl).
- **Reducción de gramajes en la Caja de 12 de Lolea N2**
Objetivo: Reducción de 70 gr del peso total.
Resultados: Se ven afectados alrededor de 3.250 envases (más de 290 Hl).
- **Reducción de gramajes en la Caja de 12 de Lolea N5**
Objetivo: Reducción de 70 gr del peso total.
Resultados: Se ven afectados alrededor de 1.640 envases (más de 117 Hl).
- **Reducción de gramajes en la Caja de 6 de Lolea N3**
Objetivo: Reducción de 70 gr del peso total.
Resultados: Se ven afectados alrededor de 2.535 envases (más de 114 Hl).



- **Reducción de gramajes en la Caja de 6 de Lolea N1**

Objetivo: Reducción de 70 gr del peso total.
Resultados: Se ven afectados alrededor de 13.017 envases (más de 580 Hl).

Plástico

El objetivo es reducir su consumo y promover la circularidad de este material. Destacan el desarrollo de una tira de desgarre que facilita la retirada del tapón del producto (reducción de 1,4 t de plástico anuales) o la homologación de un nuevo tipo de material *film* retráctil que permite ahorrar de media un 50% del plástico utilizado en las máquinas de aplicación.

- **Reducción del peso del tapón PP en botellas**
Objetivo: Reducción de 70 gr del peso total.
Resultados: Se ven afectados alrededor de 1.612.578 envases (más de 12.000 Hl).

Material publicitario sostenible

Destaca la eliminación del 100% de las bolsas de plástico *polybag* en todos los materiales punto de venta (POS) o la motivación a sus proveedores a llevar un control exhaustivo del uso del plástico.

Optimización de palets en la logística

Hemos conseguido desarrollar un modelo logístico eficiente y sostenible en colaboración con un *partner*, lo que ha permitido evitar 47,4 toneladas de CO₂ por transporte, reducir 3,6 toneladas de residuos y ahorrar 39,4 dm³ de madera.



RESIDUOS

En nuestro empeño por ser una empresa responsable y consciente, redefinimos nuestros procesos para asegurar que los productos que generamos no retornen a la naturaleza en forma de desechos, sino que sean reintegrados eficientemente en otros ciclos productivos.

En este sentido, el primer paso que hemos dado en la transición hacia una economía circular es la identificación y agrupación de los distintos residuos generados como consecuencia de nuestra actividad empresarial. De este modo, podremos encontrar:

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

Desde Zamora Company apostamos por una correcta segregación de los residuos en origen, convirtiéndose en una práctica fundamental en nuestras instalaciones. De este modo, conseguimos facilitar su poste-

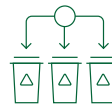
rior tratamiento y valorización a través de gestores externos autorizados.

Asimismo, damos gran importancia al conocimiento y colaboración de todos los equipos. Por ello, durante 2023, hemos llevado a cabo diversas iniciativas de capacitación orientadas a sensibilizar y educar a la plantilla sobre la correcta segregación y gestión de residuos en los centros de trabajo.

El porcentaje de desechos que puede ser tratado sin necesidad de vertedero ha experimentado un aumento del 3%, ascendiendo del 93% en 2022 al 96% en 2023. En cuanto a los residuos de naturaleza

peligrosa, su presencia en 2023 ha representado solo un 0,06% del total de desechos generados, lo que refleja una reducción adicional en comparación con el 0,08% registrado en el año anterior.

Nuestro objetivo es alcanzar el 'residuo cero' en el año 2025



Indicadores de generación de residuos

Tipo de residuo (t)	2023	2022	2021
Subproductos orgánicos	2.696,47	2.656	2.134,36
Residuos sólidos reciclables	510,66	500,10	369,96
Residuos sólidos no reciclables	126,79	234,94	146,23
Residuos peligrosos	2,13	2,71	3,53
Total	3.336,05	3.393,75	2.654,08

Ratio de generación de residuos	2023	2022	2021
kg residuo/l embotellado	0,12	0,12	0,11

VERTIDOS LÍQUIDOS

En la actualidad, contamos con tres tipos de vertidos:

- **Vertido cero a cauce público:** Esta es la situación ideal y la meta que buscamos. En este escenario, toda el agua residual generada durante el proceso de producción se somete a un riguroso tratamiento interno. Posteriormente, el agua depurada se reintegra en el entorno de manera controlada y segura, ya sea mediante su utilización en las áreas verdes circundantes a la planta o a través de su entrega a gestores especializados en residuos líquidos.
- **Vertido a cauce público posterior a proceso de depuración interna:** en ciertas circunstancias, el vertido a cauce público puede ser necesario después de un proceso de depuración riguroso llevado a cabo dentro de las instalaciones de Zamora Company.
- **Vertido directo a cauce público:** aunque este es el escenario menos deseable, hay que enfrentar esta situación de manera transparente y responsable, y cumplir con los parámetros legales establecidos.

En todos los casos, priorizamos el control continuo de los vertidos, asegurando el cumplimiento estricto de los estándares ambientales y legales aplicables.

Fijamos como objetivo el ‘vertido cero’ a cauce público

CONSUMO DE AGUA

Hemos incorporado una serie de medidas innovadoras y efectivas para garantizar un uso responsable y eficiente de este recurso vital como, por ejemplo:

- **La implementación de sistemas de riego inteligente,** que nos permiten consumir la cantidad exacta de agua necesaria para los cultivos, optimizando así su utilización y reduciendo el desperdicio.
- **La integración de estaciones meteorológicas** que proporcionan datos precisos y actualizados sobre las condiciones climáticas. De esta forma, se lleva a cabo una planificación más eficiente de las labores de campo y una gestión más precisa del riego.
- **La instalación de dosificadores en las bocas de las mangueras,** el control sectorizado de las zonas de consumo de agua en cada planta, y la adquisición de fregadoras automáticas para suelos.

Pese a estos esfuerzos, observamos un aumento significativo en el consumo de agua, que alcanzó un 42% en valores relativos y un 34% en valores absolutos, debido a la mayor producción de cremas en licores.

Por otro lado, es importante destacar que, en 2023, se ha registrado un consumo de 121.268 m³ de agua en la irrigación de viñedos de las cuatro bodegas del Grupo. Esta cifra representa una reducción con respecto al año anterior, debido principalmente a las condiciones climáticas favorables y a una mayor pluviometría a lo largo de este periodo.



Indicadores de consumo de agua

Fuente de abastecimiento	2023	2022	2021
--------------------------	------	------	------

Red Municipal	94,2%	93,6%	91,6%
----------------------	--------------	--------------	--------------

Pozo	5,8%	6,4%	8,4%
-------------	-------------	-------------	-------------

Consumo	2023	2022	2021
---------	------	------	------

Total (m³)	67.292	52.842,44	50.965,78
------------------------------	---------------	------------------	------------------

Por actividad (l de agua / embotellado)*	2,58	1,90	2,17
---	-------------	-------------	-------------

*Para relativizar el consumo de agua, no se considera en el cálculo ni el consumo de agua para irrigación de viñedos (121.628 m³ en 2023) ni el utilizado para la elaboración de licores (este último se incluye más adelante en el apartado correspondiente a materias primas).



MATERIAS PRIMAS

Somos conscientes de la importancia de un consumo responsable, por ello priorizamos la optimización y la eficiencia en el uso de los recursos, sin comprometer la calidad de los productos que elaboramos. Además, la naturaleza de nuestra actividad no implica la utilización de materias primas

peligrosas capaces de generar un impacto ambiental significativo. En 2023, hemos adquirido un total de **28.936,11 toneladas de materias primas**, lo que representa una disminución del 8% con respecto al año anterior, principalmente debido a la reducción en la producción del Grupo.

Por otro lado, en relación con el uso de fertilizantes y fitosanitarios químicos para las actividades agrícolas, mantenemos un consumo bajo y controlado, sin considerarlo un impacto ambiental significativo.

Asimismo, hemos implementado medidas para eliminar el consumo de fitosanitarios, aplicando tratamientos preventivos en los viñedos y sustituyéndolos por alternativas orgánicas, contribuyendo así a la preservación del medio ambiente.

Respecto al desperdicio alimentario, no se han emprendido acciones específicas en 2023, ya que no se considera que este sea un aspecto ambiental derivado de la actividad que desarrollamos. No obstante, aplicamos un estricto control sobre las devoluciones de mercado y las posibles desviaciones en el envasado, minimizando cualquier pérdida o desperdicio de los productos.



Consumo materias primas (t)

Aromas, otros compuestos



Vegetales (uva, endrina, café, hierbas...)



Azúcar



Alcohol



Agua



● 2023 ● 2022



Protección de la biodiversidad

Como Empresa Consciente, adoptamos en nuestro día a día prácticas responsables destinadas a promover la regeneración y el mantenimiento de los ecosistemas en los que nos encontramos.

De esta forma, apostamos por una agricultura biodinámica y sostenible que promueve la protección y el fomento de la biodiversidad en sus viñedos, gracias a medidas como, por ejemplo:

- **No utilización de herbicidas, pesticidas o transgénicos**, priorizando así la salud de los ecosistemas y la conservación de la diversidad biológica.
- **Empleo de abono orgánico** para mejorar las propiedades del suelo y mantener su equilibrio natural.
- **Aplicación de tratamientos naturales**, como la manzanilla, la cola de caballo o el propóleo, para controlar plagas de forma no invasiva.
- **Utilización de prácticas de confusión sexual en los viñedos** para controlar las plagas que afectan a la vid de manera respetuosa con el medio ambiente.

- **Instalación de cubiertas vegetales** para favorecer el control biológico de plagas y prevenir la proliferación de especies exóticas invasoras.
- **Implementación de la viticultura de precisión** mediante vuelos con drones, lo que permite una gestión más eficiente y precisa de los recursos.
- **Respeto por la fauna local**, contribuyendo a la creación de hábitats adecuados mediante la instalación de nidos y postes para aves.

Es destacable el compromiso de Mar de Frades con la biodiversidad a través del **proyecto Sea-Conscious**, que busca concienciar sobre el problema del plástico en los océanos.





CREEMOS EN LAS PERSONAS

LAS EMPRESAS SON LA SUMA DE LAS PERSONAS QUE LAS FORMAN. POR ESO, ESTAMOS ORGULLOSOS DE LO QUE NUESTRO EQUIPO Y PROVEEDORES CONSIGUEN CADA DÍA. ELLOS SON LOS VERDADEROS PROTAGONISTAS

PRINCIPALES INDICADORES



Equipo

2023 2022



Mujeres en puestos directivos	17%	15%
Nacionalidades	25	21
Plan de formación	100%	97%
Horas de formación	10.431	3.845

Consumidores

2023 2022



Reclamaciones	33	35
Reclamaciones seguridad alimentaria	0	0
Incidencias en protección de datos	0	0

Proveedores

2023 2022



Proveedores	1.200	1.000
-------------	-------	-------

Sociedad

2023 2022



Proyectos sociales	+10	+10
Filantropía	650.000€	650.000€



“Saber escuchar y permanecer atentos a lo que nos rodea es clave para poder detectar las necesidades de quienes realmente importan: las personas”

Jose Antonio Valés

DIRECTOR GLOBAL DE RECURSOS HUMANOS

UN EQUIPO COMPROMETIDO

En Grupo Zamora Company las personas son lo primero. Por ello, nos comprometemos a crear un entorno de trabajo atractivo y seguro para que nuestros empleados y empleadas puedan dar su mejor versión.

En esta línea, durante 2023 seguimos poniendo el foco en las **cuatro líneas estratégicas** delineadas en nuestro Plan de Empresa Consciente:

1

Desarrollo profesional

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

2

Salud, seguridad y bienestar laboral

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

3

Conciliación, diversidad e inclusión

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

4

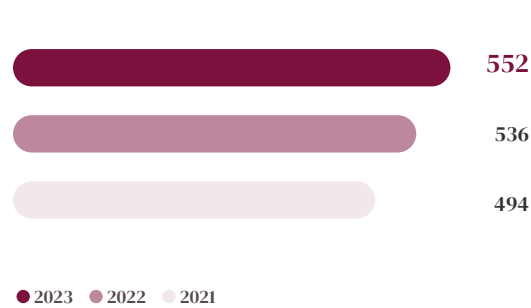
Equipo consciente

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

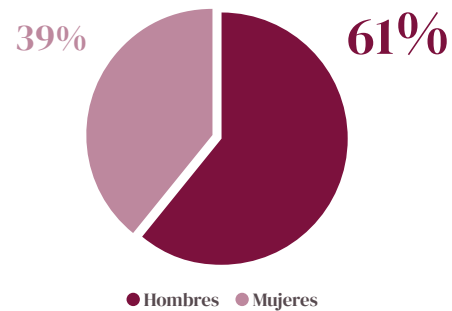
Nuestro equipo

Año tras año, creamos empleo de calidad y, a cierre de 2023, contamos con una **plantilla de 552 personas** en todo el mundo, lo que supone un crecimiento del 2,9% respecto al ejercicio anterior.

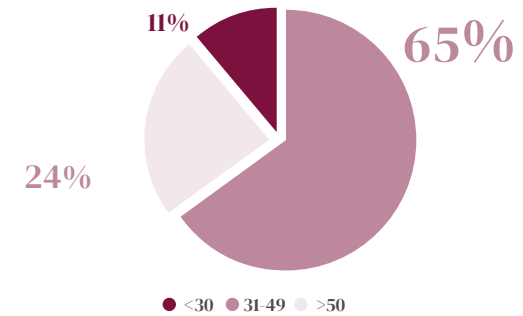
Nº de profesionales



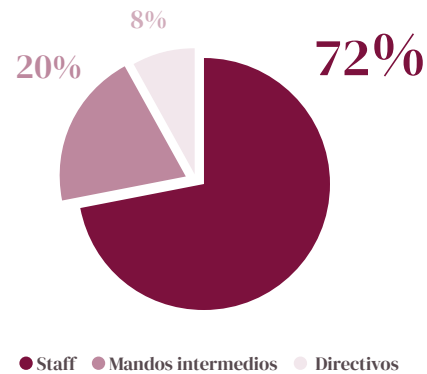
Por género



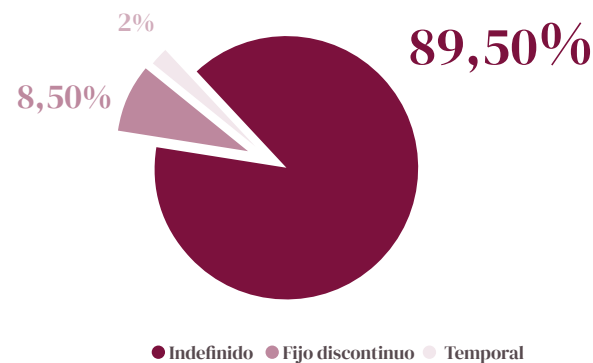
Por edad



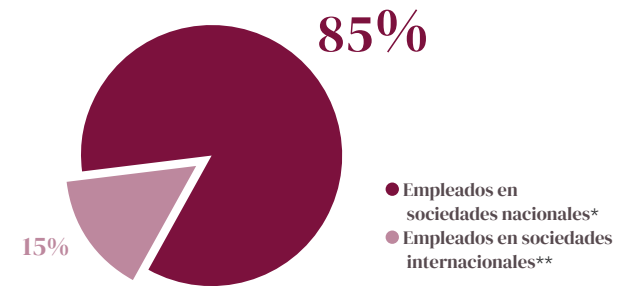
Por categoría profesional



Por tipo de contrato



Por localización



* El mayor porcentaje distribuido entre las sociedades Diego Zamora, S.A., DZ Licestá ores, S.L.U. y Bodegas Ramón Bilbao, S.A.
 ** El mayor porcentaje está en las tres sociedades norteamericanas.

33% de la plantilla recibe evaluación de desempeño ligada a bonus

14 convenios colectivos que alcanzan al **98%** de la plantilla

CRECIMIENTO PROFESIONAL

Creemos que la formación es el mejor vehículo para potenciar el desarrollo y el talento de las personas que forman parte del Grupo. De esta forma, proporcionamos a nuestra plantilla programas actuales asociados a los objetivos estratégicos del negocio con el fin de potenciar sus habilidades, además de renovar su conocimiento en diversas materias.

Dentro de la compañía contamos con un **Plan de Formación anual** cuyos objetivos específicos se conforman según las opiniones, sugerencias y valoraciones de los responsables sobre sus propios equipos.

Cabe destacar que, en 2023, ha habido un mayor equilibrio entre la formación *online* y la presencial, aumentando el uso del formato virtual respecto al año anterior y situándose ya en un 50,36% del total.

Nº de horas



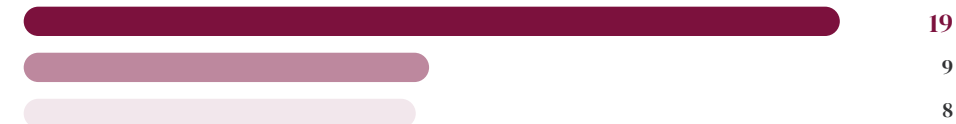
Nº de participantes



Nº de acciones formativas



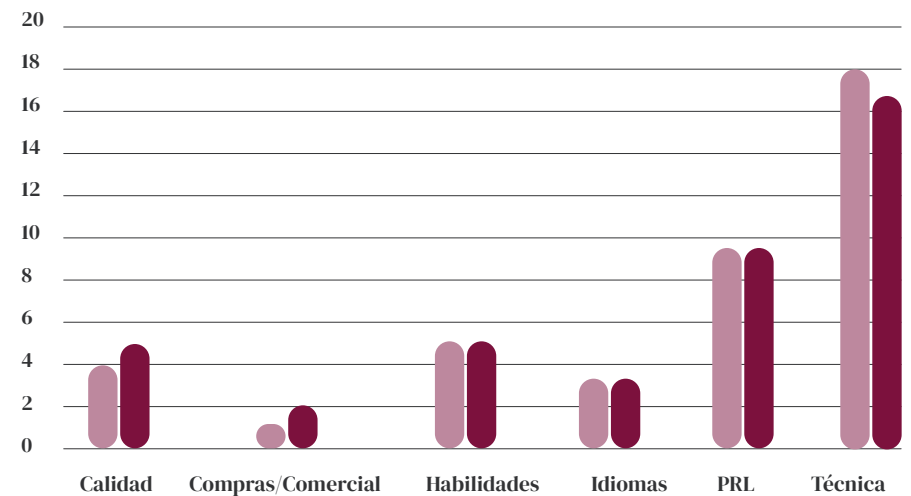
Nº de horas de formación por empleado



● 2023 ● 2022 ● 2021



Cumplimiento Plan Formativo



● Formaciones previstas ● Formaciones realizadas

Del total planificado, en 2023 se ha impartido un 102,5% de las formaciones previstas, mejorando así los datos de 2022 en el que se impartió un 98%.

SALUD, SEGURIDAD Y BIENESTAR LABORAL

Velar por la salud de las personas es un aspecto clave para el Grupo. Por ello, fomentamos una **cultura basada en la prevención y en la seguridad**, donde la implicación de todos es fundamental. En esta línea, en 2023 hemos renovado el acuerdo de colaboración con los dos servicios de Prevención de Riesgos Laborales con los que veníamos trabajando.

Por otro lado, se presta especial atención a la situación de los empleados, permitiendo, en caso de considerarse necesario, llevar a cabo readaptaciones o reubicaciones de trabajadores particularmente sensibles y mujeres en estado de gestación.



Líneas de trabajo

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

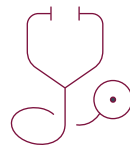
Organización preventiva y acciones

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

“ En 2023, hemos realizado 454 reconocimientos médicos correspondientes a Vigilancia de la Salud: reconocimientos iniciales y periódicos de revisión anual ”



Rocío Olmos
SOCIA DE ADMINISTRACIÓN DE RRHH



Evolución seguridad y salud laboral	2023	2022	2021
Tasa de absentismo	1,61	1,81	1,35
Índice de frecuencia	21,47	11,83	15,52
Índice de incidencia	37,57	20,71	27,16
Índice de gravedad	0,66	0,24	0,30
Nº de accidentes	18	10	12
Nº enfermedades profesionales	0	0	0
Reconocimientos médicos	454	472	460

De los accidentes ocurridos en el ejercicio 2023, 3 correspondieron a mujeres y 15 a hombres. En el área internacional, a lo largo del 2023 no se ha reportado ningún accidente de trabajo.

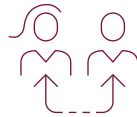
En 2023 incrementamos la presencia de mujeres en puestos de dirección

CONCILIACIÓN, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Ser Empresa Consiente también implica poner las bases para crear el mundo en el que creemos. A esta aspiración contribuimos también fomentando una cultura inclusiva y una plantilla diversa que nos enriquece como compañía. Y lo hacemos a través de la puesta en marcha de políticas que promueven la igualdad, la no discriminación y la conciliación:

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

Por otro lado, en nuestra plantilla conviven diversas generaciones que aportan un gran valor gracias a las perspectivas y habilidades de cada una de ellas. A cambio, permanecemos atentos a sus necesidades específicas, reconociendo y respetando las particularidades de cada miembro del equipo.



Diversidad de género

	2023	2022	2021
Mujeres en plantilla	39,31%	41,89%	37,6%
Mujeres en Comité de Dirección	4	3	3
Mujeres en Consejo de Administración	1	1	1
Mujeres en puestos directivos	17%	15%	17%
Reincorporación tras permisos de maternidad/paternidad	100%	100%	100%
Brecha salarial*	1,21%	7,81%	6%

* La diferencia del dato de 2023 frente a años anteriores se debe a una actualización en el cálculo, en concordancia con los criterios del Plan de Igualdad vigente.

Plantilla por edad y categoría profesional

	Dirección	Mando intermedio	Staff
<30	0	5	57
31-49	23	84	250
>50	23	21	90

“ En nuestra plantilla conviven diversas generaciones que aportan un gran valor gracias a la experiencia y habilidades de cada una de ellas ”



Isabel Segado

HRBP GBS Y OPERACIONES



Diversidad funcional

Todos tenemos derecho a trabajar. Por ello, consideramos fundamental incorporar al mercado laboral a todas las personas trabajadoras, independientemente de su condición, reconociendo la diversidad inherente a cada individuo en lugar de partir de la premisa de que **todas las personas son iguales**. Para garantizar la inclusión de quienes tienen necesidades especiales, hemos implementado una estrategia de prevención de riesgos laborales inclusiva que respalda y facilita la integración de estas personas en su entorno laboral.

Por otro lado, continuamos apostando por **políticas de accesibilidad universal**, que abarcan tanto la perspectiva de los empleados como la de nuestros clientes y visitantes. La accesibilidad universal se integra en los nuevos proyectos y en nuestras instalaciones, donde la empresa cumple con todos los requisitos normativos para recibir a visitantes y proporcionar experiencias accesibles que promueven la inclusión.



Empleados con discapacidad*	2023	2022	2021
Nº de personas	8	10	9
% del total de la plantilla	1,45	1,88	1,84

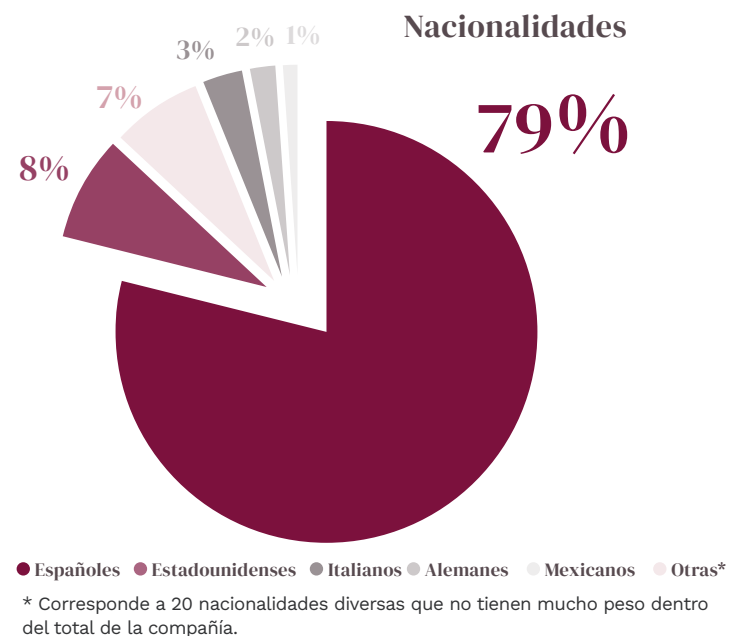
* Se aportan datos consolidados de Grupo, cumpliendo cada una de las sociedades españolas la normativa de aplicación.



Social

Diversidad cultural

Si por algo nos caracterizamos es por contar con una **gran presencia internacional**, desarrollando nuestra actividad en más de 80 países.



“ En la actualidad contamos con 25 nacionalidades en la plantilla ”

Andrea Kirkham
HRBP USA Y LATAM

EQUIPO CONSCIENTE

En el Grupo contamos con la figura del **Conscious Company Manager**, encargada de liderar la estrategia corporativa en sostenibilidad ESG. Desde 2023, forma parte de la Dirección de Personas y está bajo la responsabilidad del máximo ejecutivo de la empresa. Entre sus funciones se encuentra la de llevar a cabo la promoción de la comunicación a los grupos de interés, tanto internos como externos, destacando los logros y avances significativos en sostenibilidad.

Esta labor de información y sensibilización dentro de la plantilla es fundamental, ya que contar con profesionales alineados con los valores y la misión de la empresa es clave para alcanzar los objetivos establecidos. Por ello, priorizamos la creación de una cultura en torno a la sostenibilidad, impulsada por un liderazgo efectivo y una comunicación interna adecuada, con especial énfasis en las nuevas incorporaciones. Este enfoque busca integrar la sostenibilidad en todas las facetas de la empresa, fomentando la participación activa y el compromiso de los empleados con la causa.

Empleados bien informados

Para nosotros, el Portal de Comunicación es mucho más que un canal para compartir información con nuestros empleados, ya que nos permite mantener a las personas involucradas, fomentando su orgullo y compromiso.

Las secciones más relevantes son:

Sobre Nosotros

- **El Espejo:** Toda la información corporativa relevante, incluyendo presentaciones corporativas, resultados generales, plan estratégico y otros datos de interés, se encuentra disponible en este espacio. Buscamos proporcionar transparencia y accesibilidad para que todos los miembros del equipo puedan estar informados sobre la dirección y el desempeño general de la organización.

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

- **C Informa:** Comunicados y notas de prensa.

Distrito ético: Dedicado específicamente al cumplimiento normativo y la gestión de riesgos. Proporciona acceso a los documentos corporativos aprobados y vigentes en cada momento, actuando como una fuente centralizada de información para los equipos. Aquí, los empleados pueden encontrar políticas, procedimientos y otros documentos relevantes.

De esta forma, la empresa se mantiene alineada con los estándares legales y gestiona de manera efectiva los riesgos corporativos.

Vacantes: Hemos diseñado la integración entre el espacio dedicado a *compliance* y riesgos y la sección 'Trabaja con nosotros' de la página web. Esta sincronización automática asegura que la información relacionada con oportunidades de empleo, procesos de selección y cualquier actualización relevante sea consistente tanto en el portal interno como en la plataforma pública de la página web.

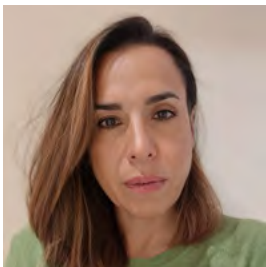
Esto simplifica el acceso para los interesados y los empleados, garantizando que tengan información actualizada y precisa sobre oportunidades laborales y políticas de recursos humanos. A través del Portal de Comunicación enviamos alrededor de 200 comunicaciones anuales dirigidas a los empleados.

Nuevas incorporaciones

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

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

“ Buscamos que cada empleado se sienta parte de nuestra historia y contribuya a nuestro futuro de manera significativa ”



Nazaret Lite

HRBP EMEA Y
TALENTO GLOBAL



CONSUMIDORES Y CLIENTES

Los consumidores y clientes son fundamentales, no solo por ser actores clave para el negocio, sino porque hacia ellos dirigimos nuestros esfuerzos por fomentar el consumo responsable de nuestros productos.

Pilares de nuestro compromiso con los consumidores y clientes:

1

**Consumidores
conscientes**
Promovemos el
consumo responsable.

2

Satisfacción
Cultura de calidad
integral y seguridad
alimentaria.

3

Seguridad
de la información y
protección de datos
personales.

4

Experiencia
de cliente.

5

**Innovación
sostenible**
para responder
y sorprender.

“ Nuestros consumidores y clientes están en el centro de todas nuestras decisiones. Buscamos siempre garantizar calidad, innovación y seguridad ”



Blanca de la Infiesta Lecona
DIRECTORA GLOBAL DE MARKETING DE
ESPIRITUOSOS

Consumidores conscientes

Alineados con nuestra responsabilidad social, desarrollamos las siguientes acciones para impulsar un consumo responsable:

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



“ En 2023, junto con FIVIN, participamos el Congreso Internacional ‘Lifestyle, Diet, Wine & Health’, para tratar la importancia de mantener una alimentación saludable y un estilo de vida equilibrado ”

Sara Bañuelos

DIRECTORA DE BODEGA:
RUEDA



JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES

En Zamora Company participamos de manera activa en todos los programas sectoriales promovidos por la FEV (Federación Española del Vino) y FEBE (Federación Española de Bebidas Espirituosas), aunando esfuerzos con el sector en la lucha contra el consumo abusivo de alcohol y sus efectos perjudiciales para la sociedad. En 2023, seguimos participando en el programa europeo [Wine in Moderation](#).

Trabajamos con la FEV en la nueva normativa europea de etiquetado del vino, vigente desde el 8 de diciembre de 2023, que incluye pictogramas de riesgo y mensajes sobre consumo moderado. Nuestros vinos son pioneros en la declaración nutricional y de ingredientes en el mercado, lo cual supone un ejercicio de transparencia. En el caso de las bebidas alcohólicas, también hemos adaptado más del 95% de los etiquetados a la declaración nutricional y de ingredientes por medio del etiquetado electrónico.

Por otro lado, desde 2021 **formamos parte del patronato de la Fundación para la Investigación del Vino y la Nutrición (FIVIN)**, que promueve el consumo responsable y moderado de vino desde la ciencia.

Asimismo, en 2023 hemos organizado el Congreso Internacional ‘Lifestyle, Diet, Wine & Health’, donde se presentaron estudios científicos que asocian el consumo moderado de vino con un estilo de vida saludable. Este congreso ha supuesto la publicación de la declaración ‘**Lifestyle Matters**’, respaldada por más de 50 científicos, investigadores y médicos, destacando la importancia de una alimentación saludable y un estilo de vida equilibrado.



Consumo responsable como consigna

Estamos comprometidos con la promoción de un consumo responsable, alineándonos con las distintas agrupaciones a las que pertenecemos.

Apoyamos iniciativas como la campaña como [Disfruta de un consumo responsable de FEVE](#), que promueve hábitos moderados y responsables sobre la base de evidencias científicas, subrayando la importancia del cero consumo de alcohol para menores, conductores o embarazadas.

Asimismo, impulsamos el consumo moderado del vino como pilar fundamental de la cultura y la

economía europea, respaldando acciones que realizan desde la FEV. En esta línea, promovemos el objetivo de cuidar a los consumidores, fomentar el disfrute del vino de una forma saludable, positiva y agradable y promover una cultura sostenible.

Destacamos la primera edición del [Win Day](#), una iniciativa impulsada por la Asociación Wine in Moderation, que reúne a organizaciones de distintos países en Europa y Latinoamérica. Esta campaña busca promover una cultura sostenible del vino a través del consumo moderado, integrado en un estilo de vida saludable.

“ Estamos comprometidos con la promoción de un consumo responsable, alineándonos con las distintas agrupaciones a las que pertenecemos ”



Paula Fandiño

DIRECTORA DE BODEGA:
MAR DE FRADES

PUBLICIDAD RESPONSABLE

Desde 1999, Espirituosos España tiene un estricto Código de Autorregulación para asegurar que las comunicaciones publicitarias no fomenten el consumo abusivo. A través de nuestra participación en esta organización, respaldamos varias iniciativas para promover un consumo responsable:

- Programa ‘Menores: ni una gota’.
- Campaña ‘Sal de cuentas con cero en alcohol’.
- Participación en Noc-turnos.
- Campaña de prevención de consumo abusivo en la Comunidad Universitaria.

- Campaña ‘Tú Sirves, Tú Decides’.
- Colaboración con distribuidores para fomentar la venta responsable de bebidas alcohólicas.
- Apoyo a la Fundación Alcohol y Sociedad para promover el consumo cero en menores, embarazadas y madres lactantes.

En cuanto al marketing y la comunicación responsable, seguimos el Código de Autorregulación del Vino en Publicidad y Comunicaciones Comerciales de la FEV, supervisado por Autocontrol de la Publicidad.



Satisfacción de consumidores y clientes

Desde el Grupo contamos con mecanismos eficaces para recopilar, analizar y procesar la información sobre la satisfacción de nuestros clientes y consumidores, centrándonos en:

Nuestras prioridades



Calidad y seguridad alimentaria



Seguridad de la información y protección de datos personales



Experiencia del cliente



“ La empresa en su totalidad valora y promueve una estrategia centrada en consumidores y clientes, integrando esta perspectiva en cada proceso decisional y operativo ”



Carlos Gallego
DIRECTOR CLUSTER IBERIA





Calidad y seguridad alimentaria

Para garantizar la calidad de nuestros productos y como herramienta de confianza, contamos con las siguientes certificaciones:

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



Durante 2023, como cada año, se han auditado internamente y externamente los centros certificados. Los resultados de estas auditorías han sido positivos y se han tratado debidamente para garantizar la mejora continua. Cabe destacar que este año las auditorías IFS de Dicastillo, Hara y Cartagena se realizaron con éxito bajo el esquema de 'auditoría no anunciada', garantizando el cumplimiento de los requisitos de seguridad alimentaria y calidad en cualquier época y circunstancia del año.

Tenemos una política firme de formación y concienciación en materia de calidad y seguridad alimentaria. En España, el 100% de nuestros empleados ha realizado la formación de Higiene Alimentaria.

Además, disponemos de herramientas para conocer la satisfacción de nuestros clientes y consumidores, cuyas opiniones y preferencias son para nosotros fuente de inspiración:

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



Comunicaciones y reclamaciones

Durante el año 2023, se han mantenido de manera constante las reclamaciones, tanto el número total como por millón de litros producidos, en relación con el año anterior.

Seguimos trabajando con la herramienta de control y gestión de reclamaciones para todas las marcas del Grupo a través del programa Salesforce, lo que nos permite tener un contacto ágil con los consumidores.

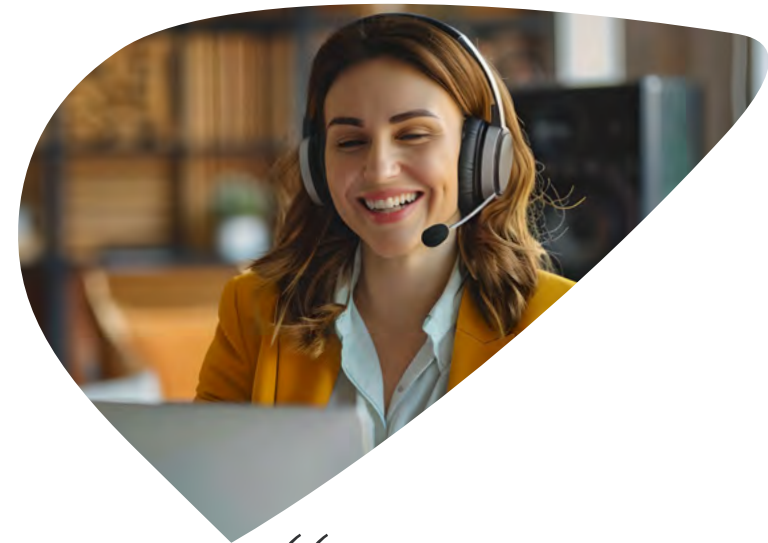
La mayoría de las reclamaciones se deben a elementos defectuosos en las presentaciones (tapas, corchos, cápsulas) y apreciaciones organolépticas en vinos y bebidas espirituosas.

En 2023, hemos realizado una **encuesta de satisfacción del cliente** para nuestras cinco marcas estratégicas (Licor 43, Ramón Bilbao, Martin Miller's, Mar de Frades y Villa Massa) en

todos los clústeres de nuestro mercado. Los resultados han sido satisfactorios, destacando alta puntuaciones en comparación con la competencia.

También hemos detectado áreas de mejora en el clúster de Europa y mercados emergentes, así como en los departamentos de Supply Chain, Innovación y Operaciones. A partir de estos resultados, hemos diseñado un plan de acción y mejora para los próximos meses.

En 2023, hemos observado un aumento de las consultas de consumidores sobre ingredientes, alergias y otras cuestiones técnicas. Investigamos y respondemos todas las reclamaciones a la mayor brevedad posible. Aunque no siempre podemos establecer plazos fijos, nos comprometemos a responder a cuestiones técnicas internas y externas en un máximo de 72 horas.



“ Ninguna reclamación ha estado relacionada con la seguridad alimentaria. En nuestro laboratorio hacemos unos 6.000 análisis cada año para garantizar la calidad y la seguridad de nuestro Limoncello ”



Raffaele di Stasio
MANAGER DE CALIDAD

Nº de reclamaciones justificadas



Nº de reclamaciones justificadas por millón de litros producidos





Seguridad de la información y protección de datos personales

En el Grupo valoramos la seguridad de la información y la protección de los datos personales tanto de clientes y *leads*, como de empleados, socios y proveedores. Por ello, contamos con un **Plan de Seguridad de la Información**, basado en la norma ISO/IEC 27002, que integra medidas de prevención y mitigación de incidentes de seguridad relativas a la información, a partir de la gestión de riesgo establecidos por el Grupo.

Asimismo, cumplimos 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.

Dentro de nuestra estructura, el área de Protección de Datos, integrada en la división de Legal, da soporte a todo el Grupo. A través del Departamento Legal y el de Transformación Digital se regulan los controles para implementar el valor de la seguridad de la información. Estas medidas garantizan que solo se traten los datos necesarios relacionados a la cantidad, la extensión del tratamiento, los periodos de conservación y la accesibilidad a los datos.

Además, disponemos de una Política de Gestión de Incidentes de Seguridad de la Información que establece cómo tratar y resolver incidencias que afecten a la seguridad, mal funcionamiento del *hardware*, *software*, comunicaciones, amenazas, vulnerabilidades y riesgos.



“ Disponemos de una Política de Gestión de Incidentes de Seguridad de la Información que establece cómo tratar y resolver incidencias ”



Juan López

DIRECTOR GLOBAL IT



Experiencia del cliente

El valor del enoturismo y turismo industrial

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

Spanish Wine Academy

Es un espacio de formación en abierto sobre la cultura alrededor del vino español, impulsado por Bodegas Ramón Bilbao. Su objetivo es acercar el mundo vitivinícola a expertos y consumidores, ofreciendo formaciones específicas, materiales para profundizar en el conocimiento del vino en España y organizando encuentros con enólogos.

Los usuarios pueden elegir entre dos niveles: *Winelovers* y *Winexperts*.

Como parte de las actividades de Spanish Wine Academy, año tras año se presentan en Madrid Fusión los premios ‘Juli Soler’, creados por Madrid Fusión The Wine Edition, que reconocen a los jóvenes con mayor proyección en los diferentes campos del sector.

La Cabaña Mar de Frades Garmet Lounge

Por segundo año consecutivo, Mar de Frades abrió la temporada de invierno con la Cabaña Garmet Lounge, una experiencia atlántica a más de mil metros de altura en Aramón Formigal-Panticosa. Este lugar único combina el esquí con una experiencia gastronómica de alto nivel.

Tras el éxito de la temporada pasada, en 2022-2023, La Cabaña Lounge ha ampliado su espacio, pasando de 141 m² a 315 m². El espacio acoge a amantes del esquí y a paladares exigentes con una selecta oferta gastronómica acompañada de Albariño.

Club Venturio

Es un lugar exclusivo para los amantes y exploradores del vino. Además de los canales habituales de distribución, alimentación y hostelería, ponemos a disposición de los consumidores nuestro Club Venturio: una iniciativa enfocada en mejorar la experiencia del cliente, con servicios de venta telefónica y tienda *online*, y ventajas exclusivas para socios, garantizando la entrega en 48-72 horas laborables.

Con la primera compra de vino, el cliente se convierte en miembro del Club Venturio, recibiendo un descuento para su próxima compra y dos invitaciones para visitar alguna de nuestras bodegas. Ofrecemos configuraciones personalizadas de estuches para regalos, *packs* en condiciones ventajosas, contraetiquetas personalizadas y envíos con dedicatoria.



Séptima Edición de Bartenders & Baristas Challenge Licor 43

Cada año, Licor 43, el licor español con mayor crecimiento internacional, invita a los profesionales de la coctelería y el café de todo el mundo a mostrar su creatividad en el Bartenders & Baristas Challenge, preparando las combinaciones más creativas de Licor 43 con café. La competición ha celebrado su séptima edición en 2023, por primera vez en Madrid, con Gabriela Wong de Costa Rica como ganadora, gracias a su cóctel 'Capital Vice'.



Innovación sostenible

Disponemos de un nutrido portfolio de referencias que satisfacen diferentes expectativas de consumidores. En 2023 hemos lanzado una serie de productos únicos:

Licor 43 Crème Brûlée es una deliciosa crema que rememora el sabor del famoso postre y además le añadimos un sorprendente toque de sabor a caramelo salado. Otro ejemplo es **Licor 43 Chocolate Delight**, una nueva versión de nuestro aclamado Licor 43 Chocolate pero con una graduación inferior, adaptándonos así a las necesidades del mercado Holandés. En Alemania sacamos en exclusiva para este país una nueva versión de nuestro cocktail principal Licor 43 con Leche en su versión con leche vegetal y listo para tomar. Se trata de **Cocktail 43 Coco Milk**, que nos permite brindar a los consumidores nuevas ocasiones de consumo.

Por su parte, **Lolea** ha reducido la graduación alcohólica de todas sus variantes a 5,5% alc. vol. Asimismo, apuesta por recetas más refrescantes y por la sostenibilidad al eliminar en su Lolea nº2 el sleeve. En países como Canadá se ha eliminado completamente de toda la gama.

Todos nuestros vinos son certificados veganos

Aplicamos una agricultura regenerativa con nuestras prácticas de campo biodinámicas; una viticultura respetuosa que nos permite ser más sostenibles con nuestra tierra y también con nuestros consumi-



dores, al crear **vinos libres de sustancias nocivas**. Nuestro objetivo es conseguir en 2023 la Certificación Demeter; una marca de reconocimiento para los productos agrícolas o ganaderos producidos conforme a los principios de la agricultura biodinámica, siendo un requisito previo indispensable estar certificado conforme al reglamento europeo de agricultura ecológica.

Ramón Bilbao

Dispone de una línea de **vinos ecológicos**, la gama Organic, culminación de una apuesta por la sostenibilidad y un paso más en nuestro camino de empresa consciente.

Vinos Mar de Frades Certificados veganos

En 2022 se lanzó Mar de **Frades Finca Monteveiga**, con el objetivo de completar nuestra propuesta de terruño en Rías Baixas. **Finca Valiñas**, vino icónico de la bodega, ha evolucionado su *packaging* y ha lanzado una botella azul borgoña personalizada con gaviotas grabadas.

Cruz de Alba

La marca certifica **Finca los Hoyales**. Nuestro viñedo certificado en ecológico desde el año 2015 también se beneficia de la agricultura regenerativa.

Transparencia y el etiquetado responsable

Seguimos trabajando para mejorar los etiquetados de todas nuestras marcas en línea con nuestro compromiso de transparencia. Además, a través de Ramón Bilbao hemos apoyado la creación del **Hub de Digitalización y Vino**.



Reconocimientos a la calidad y la innovación

2023 ha sido de nuevo un año de grandes reconocimientos para Zamora Company y sus productos. El total de premios recibidos por la compañía ha seguido

creciendo, convirtiéndose así, en una de las empresas de vino y bebidas espirituosas más reconocidas y celebradas del mundo.

Espirituosos

Westbourne	World Gin Awards 2023 Medalla de oro
9 Moons	World Gin Awards 2023 Medalla de oro Mejor ginebra añejada del Reino Unido
Villa Massa Vermouth Giardino Tradizionale	The Spirits Business Masters Medalla de oro SIP Awards Dos doble medallas de oro SIP Awards Consumers' Choice Awards
Villa Massa Vermouth Giardino Mediterraneo	The Spirits Business Masters Medalla de oro SIP Awards Medalla de oro Consumers' Choice Awards
Villa Massa Vermouth Giardino Tradizionale Di Torino Rosso	San Francisco World Spirit Competition Doble medalla de oro
Villa Massa Amaretto	San Francisco World Spirit Competition Medalla de oro Premios IWSC – Club Oenologique Medalla de oro The Spirits Business Masters Medalla de oro SIP Awards Platinum Consumers

Villa Massa Limoncello	SIP Awards Best of class Platinum
Licor 43 Chocolate	Premios IWSC – Club Oenologique Medalla de oro The Spirits Business Masters Medalla máster SIP Awards Doble medalla de oro
Carajillo 43 RTD	The Spirits Business Masters Medalla de oro SIP Awards Medalla de oro
Cocktail 43 Milk	The Spirits Business Masters Medalla de oro
Licor 43 Horchata	SIP Awards Doble oro



Vinos

Ramón Bilbao	Entre las 50 marcas de vino más admiradas del mundo
Ramón Bilbao Límite Sur 2019	Concurso Garnachas del Mundo Medalla de oro
Mar de Frades	Concurso Mundial de Bruselas Medalla de plata

Puntuaciones sobresalientes

Mar de Frades Finca Monteveiga Albariño	Decanter World Wine Awards 97 puntos Guía Proensa 2024 99 puntos
Lalomba Finca Ladero	Decanter World Wine Awards 97 puntos Guía Proensa 2024 99 puntos
Ramón Bilbao Mirto	Guía Proensa 2024 99 puntos
Ramón Bilbao Mirto 2018	Guía Peñín 2024 94 puntos
Lalomba Finca Valhonta	Guía Proensa 2024 99 puntos
Lalomba Tinto – Finca Valhonta 2019	Guía Peñín 2024 95 puntos



Reconocimientos a nuestro desempeño

Premio Internacional al Mejor Modelo de Negocio

Por la Mejor Estrategia Comercial y de Clientes, otorgado por la consultoría de negocio Development Systems, en colaboración con la Asociación para el Progreso de la Dirección.

S de sostenibilidad

El espacio 'Experiencia 43' obtuvo el sello S de Sostenibilidad del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), primer complejo de turismo industrial que recibe esta certificación.

Demeter

Cruz de Alba obtuvo la certificación internacional Demeter para sus viñedos como resultado de su compromiso con la agricultura biodinámica.

International Wine Challenge Industry Awards 2023

Ramón Bilbao fue reconocido por Mejor Campaña de Marketing Internacional por su iniciativa 'Spanish Wine Master'.

Además, la marca se adhirió a la International Wineries for Climate Action (IWCA), colectivo internacional formado por más de 40 empresas productoras de vino en todo el mundo, comprometidas con la reducción de las emisiones de carbono para proteger el planeta.



“ Innovamos para ofrecer a nuestros consumidores experiencias imborrables, que consigan trasladarles nuestra pasión por elaborar productos únicos y excelentes. Y lo hacemos de forma responsable, siendo conscientes de la necesidad de ser sostenibles en los procesos que llevamos a cabo ”

Carmen Giné

DIRECTORA GLOBAL DE MARKETING DE VINOS

PROVEEDORES CONSCIENTES

En Grupo Zamora somos conscientes de que la colaboración es el camino para llegar a la meta que nos hemos propuesto, avanzando juntos en una misma dirección. Siguiendo esta filosofía, establecemos con nuestros proveedores y *partners* una relación ética alineada con nuestros valores y nuestro compromiso con

la sostenibilidad. Así, les apoyamos y establecemos sinergias que permiten el crecimiento mutuo.

Las líneas estratégicas definidas en el **Modelo de Empresa Consciente** para asegurar una gestión responsable y sostenible de la cadena de suministro pasan por:



Compra y contratación con criterios de sostenibilidad



Proveedores como *partners* de nuestro negocio



Evaluación ESG de proveedores*



*Esta línea se ha iniciado a finales de 2023 y tomado como base para 2024, por lo que se desarrollará con detalle en el informe del próximo año.

“ Buscamos mejorar el impacto en las cadenas de suministro completas, desde nuestros proveedores hasta el consumidor, conscientes de que debemos unir fuerzas con nuestros proveedores de bienes y servicios y con todos nuestros *partners* con claridad y seguridad ”



Javier de la Viuda
DIRECTOR GLOBAL
DE OPERACIONES



Compra y contratación con criterios de sostenibilidad

En 2023, nuestro panel de proveedores ha aumentado hasta alcanzar casi los 1.200. Este incremento es fruto de dos grandes líneas estratégicas:

- La apuesta por el crecimiento continuo y la expansión de la división de vinos, que necesita de nuevos colaboradores para su desarrollo.
- El impulso de la innovación, que refuerza la competitividad con productos novedosos.

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

Nuestro panel de proveedores tiene un alto nivel de complejidad, ya que el mayor grupo corresponde a proveedores con una menor facturación (<100.000 €), lo que requiere de muchos recursos para su correcta gestión.



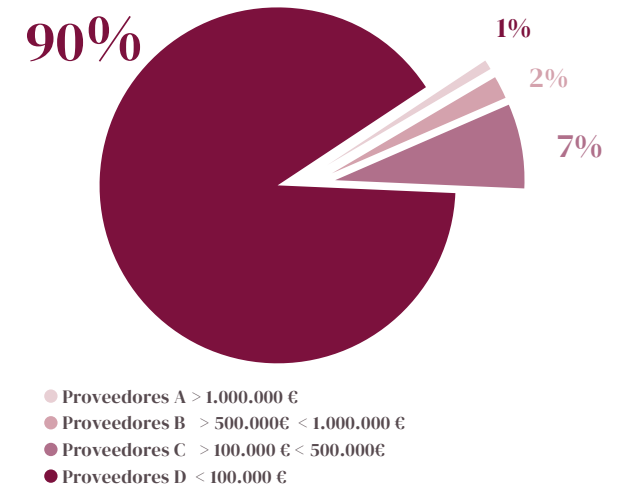
FAVORECEMOS LA ECONOMÍA DE PROXIMIDAD CON PROVEEDORES LOCALES

Nuestra Política de Gestión de Riesgos apuesta por proveedores nacionales o intracomunitarios. Nos amparan dos razones:

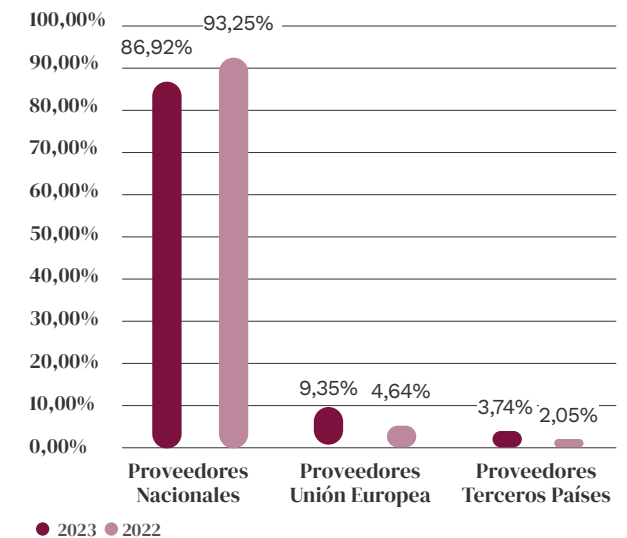
- **Seguridad de suministro.** El tiempo de reacción frente a una incidencia o adversidad con un proveedor en terceros países es superior y las soluciones que aportan esos proveedores son menos flexibles. Por ello, fomentamos la proximidad.
- En 2023 hemos comenzado a implantar el **Sistema de Evaluación ESG de Proveedores.** Esto significa que los criterios de contratación y evaluación se basan en aspectos relacionados con factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Asimismo, todo proveedor de Zamora Company debe conocer y firmar nuestro Código Ético para completar su homologación.

En 2023, el porcentaje de proveedores nacionales ha representado cerca de un 90% y los comunitarios han aumentado hasta situarse cerca del 10%. No obstante, el panel de proveedores es dinámico y las operaciones en innovación requieren explorar otros mercados.

Clasificación Proveedores 2023



Proveedores 2023 vs 2022: País de Origen





La Política de Gestión de Riesgos de Zamora Company, que se implantó en 2022, ha dado sus frutos en 2023 y nos ha ayudado a gestionar nuestra cadena de suministro en un entorno marcado por la complejidad, la volatilidad, la incertidumbre y la ambigüedad.

Para elaborar la estrategia de compras, evaluamos los posibles riesgos de suministro asociados a plazos de entrega, distancia para el tránsito logístico, seguridad, marco macroeconómico y político, y se tienen en cuenta los criterios ESG, presentes en la homologación, la evaluación de proveedores y la adjudicación del servicio.

Para realizar estos controles contamos con diversas herramientas como, por ejemplo, los cuestionarios de homologación de proveedores, el Código Ético, la solicitud de certificaciones y la auditoría. Todo está recogido en el **Procedimiento de Compras y Homologación de Proveedores**, actualmente en proceso de actualización.



Clasificación de proveedores

Nuestra clasificación de proveedores se diferencia por tipologías de productos y servicios, separadas en 43 categorías, cuyos impactos son muy diversos. Este procedimiento se aplica a todas las sociedades del Grupo que trabajan mediante el sistema central de compras, sin perjuicio de su capacidad de decisión autónoma. El alcance del procedimiento abarca la compra de materias primas, de materiales auxiliares y promocionales y de servicios subcontratados.

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

Obligado cumplimiento

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

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

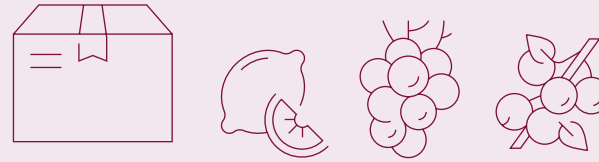
Sistemas de control

Contamos con una **Política de Calidad y Responsabilidad Social** que aplica también a la selección de nuestros proveedores para verificar que disponen de los medios, la organización y los procedimientos adecuados para cumplir con eficacia los compromisos con Grupo Zamora.

Asimismo, disponemos de un Modelo de Compras Sostenibles, que se basa en la identificación, control y seguimiento de los riesgos ambientales y sociales en la cadena de suministro, que se centra de forma especial en los proveedores clave.

Para identificar un grupo clave, consideramos dos factores:

- Estar dentro de los **grupos principales de compras**, definidos como estratégicos para el departamento en base al Plan Estratégico de Compras.
- Considerarse de **mayor relevancia** desde el punto de vista de riesgos relativos a la sostenibilidad.



Nuestros tres grupos clave

Proveedores de material *packaging*

Todos los proveedores de materiales de envase y embalaje, ya sea primario, secundario o terciario, como parte del proceso productivo necesario para la elaboración de estos.

Proveedores de materia prima

Todos los proveedores de materia prima del Grupo que componen las listas de ingredientes de nuestros productos, bien como ingredientes principales, secundarios, o incluso los de uso muy limitado.

Proveedores de material publicitario, VAPS, POS

Proveedores que suministran cualquier tipo de material publicitario o *merchandising*, que pueden formar parte de *packs* promocionales configurados a partir de productos de Zamora Company, o bien materiales destinados a la promoción, visibilidad o cualquier tipo de acción de marketing de la compañía.



Cabe señalar que la suma de compra a estos tres grupos clave se acerca a los 2/3 de la compra de la compañía en valor monetario. Además de ser estratégicos por cuestiones de sostenibilidad, son muy representativos del conjunto de todas las compras de Zamora Company.

En 2023 hemos aumentado el perímetro y se ha auditado a más proveedores clave, incluidos en nuestros Archivos de Seguimiento de Certificaciones de Proveedores y Sostenibilidad del Grupo.

Asimismo, estamos adheridos al **Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria**, como empresa asociada a la Federación Española de Industrias Alimentación y Bebidas (FIAB). 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.





Proveedores como *partners* de nuestro negocio

La relación con nuestros *partners* es enriquecedora, ya que se basa en un camino de ida y vuelta en el que nos ayudamos mutuamente para que nuestros procesos y soluciones mejoren su calidad y sean cada vez más sostenibles.

Los 4 pilares de nuestra visión

- **Relaciones a largo plazo** con el *partner* para alcanzar objetivos comunes con la mirada puesta en el futuro, no en la inmediatez de los resultados.
- **Innovación** como guía para la mejora de la competitividad.
- La **sostenibilidad** como compromiso mutuo y objetivo común destacado.
- Un firme **compromiso social** en nuestras actividades.

En 2023 hemos seguido avanzando en tres ejes de trabajo esenciales para nosotros: la distribución sostenible, el *packaging* y las materias primas.

DISTRIBUCIÓN SOSTENIBLE

A lo largo de 2023, hemos desarrollado acciones con impacto cuantificado, como es el caso de nuestro proveedor logístico de pallets, socio estratégico desde hace años, gracias al cual hemos logrado minimizar los impactos ambientales.

El **Certificado de Sostenibilidad de 2023** ofrece datos muy positivos:

- Ahorro de un 12% de madera respecto a 2022.
- Disminución de emisiones ha mejorado un 12,5%.
- Reducción de residuos es un 13% mayor que en 2022.



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



COMPROMISO SOCIAL EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

El compromiso social es uno de los cuatro pilares fundamentales de nuestra visión de Proveedores Conscientes por lo que promovemos acciones que lo promuevan.

Para las numerosas operaciones de manipulado que se realizan, contamos con la experiencia y buen hacer de nuestros proveedores de confianza. En 2023 hemos homologado a un nuevo proveedor, Funcarma, calificado como Centro Especial de Empleo y perteneciente a la Fundación Railes.

“ Buscamos que las relaciones con nuestros socios sean duraderas en el tiempo para compartir con ellos una visión de futuro ”



Miguel Ángel del Cano

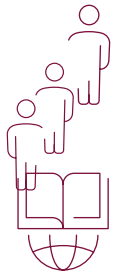
DIRECTOR DE COMPRAS GLOBAL

JUNTO A LA SOCIEDAD

Porque creemos en las personas, nuestro Plan de Empresa Consciente establece como prioritario satisfacer las necesidades no solo de los consumidores, sino también de la sociedad en general. Por eso, ponemos especial **foco en las comunidades en las que estamos presentes**, asumiendo como nuestra responsabilidad corporativa responder a sus demandas, buscando soluciones reales y compartiendo valor con quienes nos han visto crecer y nos nutren de los recursos que necesitamos.

De esta forma, y alineados con nuestro empeño de alcanzar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados por la Agenda 2030 de Naciones Unidas, cada año desarrollamos acciones específicas y coherentes con nuestra misión y visión, para contribuir al logro de estos objetivos.

Para llevarlo a cabo contamos con dos líneas estratégicas y transversales a toda la compañía:



Filantropía corporativa para apoyo a colectivos vulnerables

Desarrollo local, cultural y artístico



“ Nos sentimos profundamente vinculados a nuestro entorno. Por ello, siempre buscamos la forma de impactar positivamente en la sociedad, contribuyendo a su crecimiento allí donde se elaboran nuestros vinos ”

Rodolfo Bastida

DIRECTOR GLOBAL DE VINOS



Filantropía corporativa

En Zamora Company nos comprometemos a **donar anualmente el 2% de nuestro beneficio neto** a acciones sociales enfocadas a los colectivos más necesitados de nuestras áreas de influencia empresarial en España.

ACCIÓN SOCIAL

Nos centramos en apoyar iniciativas de ayuda a la población más desfavorecida, destinando más de 650.000 euros a diferentes proyectos como:

Ayuda a familias en situación de vulnerabilidad

- Proyecto Apoyo Integral a Personas en Situación de Pobreza Cronificada (Cruz Roja).
- Cáritas Parroquiales (Cáritas).
- Proyecto Vía Inclusión (Fundación Tienda Asilo de San Pedro).
- Ayuda a los Damnificados por el conflicto en Ucrania (Cruz Roja).

Hogares para personas sin hogar

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

Alimentación y artículos de primera necesidad

- Banco de Alimentos.
- Economato Los Panes y Los Peces (Cáritas).
- Comedor Social Jesús Maestro y Pastor (Cáritas).
- Comedor Social (Fundación Hospitalidad Santa Teresa).

Inserción laboral

- Proyecto Primeras Oportunidades (Cruz Roja).
- Proyecto Puentes por la Igualdad en el Empleo (Cruz Roja).
- Proyecto Activando Capacidades (Cruz Roja).

Formación ocupacional

- Cursos de competencias clave: Matemáticas (Fundación Tienda Asilo de San Pedro).
- Cursos de competencias clave: Lengua (Fundación Tienda Asilo de San Pedro).
- Cursos de profesionalidad de Atención Sociosanitaria (Fundación Tienda Asilo de San Pedro).
- Proyecto Pretaller Cocina (Cáritas).
- Proyecto Pretaller Empleo Hogar (Cáritas).
- Proyecto Pretaller Carnicería (Cáritas).

Inclusión de infancia en riesgo de exclusión y asilo de ancianos sin recursos

- Promoción de inclusión de menores en riesgo de exclusión (Cruz Roja).



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

Por otro lado, también hemos participado en varias iniciativas promovidas desde la propia compañía y realizadas a nivel particular por nuestro equipo humano:

- Aportaciones particulares a Cruz Roja para ayudar a los damnificados por el conflicto en Ucrania, a través de la plataforma *online* corporativa habilitada para ello.
- Participación en 'El Árbol de Los Sueños', iniciativa promovida por CaixaBank para la recogida de juguetes para niños sin recursos.

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



Desarrollo local, cultural y artístico

MATERIA PRIMA LOCAL

En 2023, hemos adquirido unas 12.000 toneladas de vegetales ligados a la zona geográfica en donde se ubican las diferentes plantas de producción: uvas, endrinas y limones, lo cual supone un verdadero compromiso y apoyo a las comunidades locales y al medio rural del entorno donde están ubicadas nuestras plantas productivas.

Endrina

Somos la única empresa acogida a la marca de calidad I.G. Pacharán Navarro que elabora toda su producción con endrinas 100% navarras. Esta es 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.

Uva

La cultura del vino está íntimamente ligada al desarrollo social y económico, siendo reflejo del aprovechamiento vitivinícola del medio. Las uvas deben ser de origen, bien Rioja, Rueda, Ribera o Albariño.



Limón

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

“ En 2023, hemos adquirido más de 12.000 toneladas de productos agrícolas de calidad con denominación de origen ”



José María del Río

DIRECTOR OPERACIONES VINOS

ENOTURISMO SOSTENIBLE

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

Conscientes de ello, en Zamora Company ofrecemos la posibilidad de realizar visitas y descubrir el valor de las experiencias en enoturismo y turismo industrial, conociendo los orígenes y la identidad única de Licor 43, Mar de Frades y Ramón Bilbao. Asimismo,

en 2022 se iniciaron las visitas guiadas en la destilería de pacharán Zoco en Dicastillo (Navarra) que todavía siguen activas.



“**Tratamos de crear experiencias únicas con cada cliente que nos visita**”

Ana Frías

COORDINADORA DE HOSPITALIDAD VINOS

Una experiencia única

Las bodegas Ramón Bilbao ofrecen visitas con recorridos guiados, catas, degustaciones y maridajes. Entre las diferentes actividades ofrecidas se encuentran novedades como las visitas con catas armonizadas con un surtido de quesos locales o de chocolates de distintas procedencias. Como complemento, existe un servicio de restauración abierto los sábados, ampliando así la oferta gastronómica de la bodega y ofreciendo varias opciones de menús con foco en el producto de proximidad.

Para los visitantes que quieran profundizar un poco más en la elaboración del vino y vivir en primera persona la

tradicional vendimia nocturna de la denominación de origen Rueda, Ramón Bilbao abre las puertas de su bodega de Rueda durante la vendimia.

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

Por otra parte, contamos con ‘Experiencia 43’, el espacio experiencial de la marca Licor 43 que cuenta con la certificación ‘S de Sostenibilidad’, reconocimiento al compromiso de la compañía con el turismo sostenible, de calidad y respetuoso con el entorno.



APOYO A LA CULTURA Y EL ARTE

A través de nuestro apoyo a la cultura, pretendemos generar espacios artísticos, educativos y lúdicos que pongan en valor a la sociedad en la que vivimos. Así, continuamos fortaleciendo nuestra implicación social a través de:

- Mantener el **legado cultural y social** de nuestras comunidades.

- Desarrollar **acciones sociales** con entidades locales.
- Establecer **convenios con centros educativos**.

Cabe destacar que 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.

Asimismo, desde las marcas, participamos y apoyamos numerosas iniciativas locales como el patrocinio de fiestas populares y gastronómicas o de equipos o eventos deportivos, a través de convenios con entidades, asociaciones y centros educativos de las comarcas donde se ubican sus plantas.

Durante 2023, hemos apoyado distintas iniciativas en este ámbito como, por ejemplo:



Mar de Frades con la moda española

Roberto Diz, diseñador sevillano, fue protagonista de la 11ª Edición Limitada de Mar de Frades, dando así continuidad a una década llena de expresión y creatividad siempre de la mano de los diseñadores más destacados del país. Desde 2012, nombres como Laura Ponte, Miguel Palacio, Alvarno, Jorge Vázquez o Agatha Ruiz de la Prada han sido los responsables de vestir la emblemática botella de Mar de Frades con una 'segunda piel' para su edición limitada.

#MardeFradesdeCine

Un año más, Mar de Frades ha colaborado con en el Festival de San Sebastián. Así, por sexto año consecutivo, la marca ha invitado a disfrutar de la máxima expresión del Albariño para celebrar la fidelidad de su compromiso con el festival donostiarra.

Villa Massa

La marca de limoncello Villa Massa ha estado presente en la feria #PassionItalia, el evento de promoción de la gastronomía, artesanía y turismo de Italia, organizado desde 2009 por la Cámara de Comercio e Industria Italiana para España. En 2023 se ha celebrado en la Scuola Statale italiana di Madrid donde los visitantes pudieron disfrutar de productos clásicos de la marca como el Villa Massa Limoncello, Villa Massa Amaretto y Vermuth Giardino. En total, se ofrecieron más de 2.000 pruebas de producto.



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

ZOCO celebra el Día del Padre

La marca navarra de pacharán se ha unido a la calígrafa bilbaína Begoña Viñuela para felicitar el Día del Padre con 'un mensaje en una botella'. La experta en *lettering* ha sido la encargada de grabar el frontal de la botella. Ambos no solamente están unidos por su tierra, sino también por la pasión con la que atesoran los buenos momentos. Por un lado, ella con su exquisita caligrafía es la gran protagonista de los principales eventos de la vida de muchas personas, mientras que Zoco es todo un clásico de los buenos momentos, mirando al presente y al futuro y conectando generaciones.



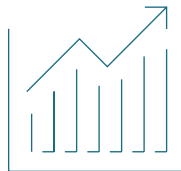
UNA GOBERNANZA SÓLIDA

UNA BUENA GOBERNANZA SE BASA EN UN LIDERAZGO COMPROMETIDO Y EN LA PUESTA EN MARCHA DE PROCESOS EFICIENTES QUE ASEGUREN LA GESTIÓN ÉTICA Y EL COMPLIANCE EN TODOS LOS ÁMBITOS

PRINCIPALES INDICADORES



Negocio



	2023	2022
Ventas (M€)	268,1	266,1
EBITDA (M€)	45,3	46,2



“ Integridad, transparencia, participación y capacidad de respuesta: estos son los ingredientes que nos permiten contar con un gobierno corporativo sólido y de garantías ”

Montserrat Diez Rivas

DIRECTORA GLOBAL DE SERVICIOS CORPORATIVOS



GOBIERNO CORPORATIVO

En Zamora Company hemos afianzado un **modelo de gobierno corporativo sólido**, basado en la transparencia y la responsabilidad de cada una de las personas que integran la compañía, garantizando la máxima integridad en la toma de decisiones y en cada una de las actividades que llevamos a cabo.

Órganos de gobierno

Nuestro principal órgano de gobierno es el **Consejo de Administración**. Las sociedades participadas al 100% por el Grupo tienen a Diego Zamora, S.A. como administrador único, mientras que las sociedades

participadas con socios externos cuentan con sus respectivos Consejos de Administración.

Durante 2023, la estructura societaria del Grupo ha cambiado al ser liquidada y disuelta la sociedad Innovations Zamora, S.L.U., manteniendo la composición resultante al no haberse producido ninguna nueva incorporación.

Estructura y participación

(%) de la sociedad dominante en las sociedades dependientes (a diciembre de 2023)



ESTRUCTURA DE GOBIERNO

• **Consejo de Administración de Zamora Company.** La dirección del Grupo está encabezada por el Consejo de Administración –integrado por miembros de la segunda y tercera generación de la familia Zamora–, un Consejero independiente, dos Asesores Externos y el Secretario General, quien no realiza las funciones de consejero. Esta estructura nos permite seguir con la senda familiar y mantenernos como una empresa consciente.

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

• **Unidades de negocio a cierre del ejercicio 2023.** Las Direcciones de Operaciones y Funcionalidades se vertebran bajo el paraguas del Director General y se integran dentro de Comité Ejecutivo.

A lo largo de 2023, se ha consolidado el modelo organizativo creado durante el ejercicio anterior y que nos ha permitido agrupar los distintos mercados en los que operamos en función de su importancia estratégica y el potencial de crecimiento. Con este fin, creamos cuatro clústeres representados por sólidos líderes de la industria y miembros del

Comité Ejecutivo (Comex) que reportan directamente al CEO:

- Clúster España
- Clúster Europa y Mercados Emergentes
- Clúster Américas
- Clúster EE. UU.



Comité ejecutivo, COMEX

Javier Pijoan
CEO de Zamora Company

Montserrat Diez Rivas
Directora Global de Servicios Corporativos

José Antonio Valés
Director Global de Recursos Humanos

Mari Carmen Vallejo
Directora Global de Espirituosos

Carlos Gallego
Director Cluster Iberia

Matt Appleby
Director Cluster USA

Mauricio de Tuya
Director Cluster Américas

Ali Hariri
Director Cluster Europa & Emerging Markets

Rodolfo Bastida
Director Global de Vinos

Javier de la Viuda
Director Global de Operaciones

Carmen Giné
Directora Global de Marketing de Vinos

Blanca de la Infiesta Lecona
Global Marketing Spirits Director

TRABAJAR DESDE LA ÉTICA Y LA INTEGRIDAD

Como Compañía Consciente, desde Grupo Zamora promovemos la ética empresarial y fomentamos que nuestros principios sean la base

sobre la que se toman las decisiones. De esta forma, buscamos impulsar una cultura profesional donde prime la integridad y en la que los

valores que nos definen estén alineados con nuestra manera de actuar.

Código Ético y de Conducta

Nuestro Código Ético y de Conducta, aprobado por el Consejo de Administración y actualizado en 2022, es el documento normativo que regula los **principios y valores** que deben seguir los miembros del Grupo en el desarrollo de sus actividades y que aplica a:

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

Este Código recoge las directrices para relacionarnos correctamente con estos grupos de interés, reflejando los siguientes **principios generales y normas de comportamiento**:

- Respeto a los derechos de las personas.
- Respeto a la igualdad.
- Respeto al medio ambiente.
- Compromiso con la salud alimentaria.

- Uso y protección de activos.
- Lealtad a la empresa y conflicto de intereses.
- Integridad.
- Consumo responsable de alcohol.
- Relaciones con trabajadores, clientes, proveedores, empresas colaboradoras y accionistas.

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

Cada nuevo empleado que se incorpora a la plantilla del Grupo acepta de forma individual y responsable este Código Ético y de Conducta, asumiendo libremente su contenido y obligaciones.

Este Código está disponible tanto en nuestra web como en la intranet corporativa, concretamente en el espacio 'Distrito Ético', accesible para todos los trabajadores.



“ Nuestro Código Ético y de Conducta regula los principios y valores que debemos seguir todos los miembros del Grupo ”



Cristina Gallego

HRBP SPECIALIST IBERIA Y GLOBAL MARKETING

Gestión de Riesgos y Compliance

Contamos con un **Sistema de Gestión de Riesgos y Compliance** que establece las pautas y políticas destinadas a identificar, evaluar y gestionar los riesgos que puedan afectar a la estrategia y objetivos de la compañía de forma correcta, siendo monitorizados, gestionados y controlados a través de un método transversal y sistémico que se extiende a todas las áreas de trabajo.

A lo largo de los últimos tres años, este Sistema ha evolucionado hasta consolidar su implantación y optimización en todos los protocolos y políticas asociados al mismo. Asimismo, hemos desarrollado nuestro **Mapa Integral de Riesgos del Negocio**, según el cual los riesgos a los que nos enfrentamos están relacionados con las siguientes categorías:

- Riesgos operativos.
- Riesgos financieros.
- Riesgos estratégicos.
- Riesgos penales.
- Riesgos éticos.
- Riesgos de fraude.
- Riesgos de blanqueo de capitales.
- Riesgos fiscales.
- Riesgos mercantiles.
- Riesgos de competencia.
- Otros riesgos de incumplimiento normativo.

El órgano diseñado para abordar este ámbito es el Comité de Cumplimiento, que realiza de manera colegiada la función de Compliance Officer, integrado por la Dirección de Servicios Corporativos, Recursos Humanos y Legal y cuenta con el apoyo de consultores especializados como asesores externos. La estructura y funcionamiento del Comité de Cumplimiento se ha formalizado mediante la aprobación de su propio estatuto.

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

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

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

- Identificar posibles nuevos riesgos.
- Rastrear controles, muestra de evidencias y hacer seguimiento.
- Difusión/sensibilización.

Todo ello con los siguientes objetivos:

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

Algunas de las acciones realizadas por el Comité de Cumplimiento han pasado por la evaluación de aspectos cruciales como la extensión del cumplimiento normativo a nivel internacional, la disposición de contratos, el desarrollo de políticas en las distintas áreas del Grupo, la supervisión y aprobación de políticas de protección de datos y la investigación, análisis y resolución de denuncias recibidas. Con todo ello, y como parte de estas iniciativas, el Comité ha creado un portal de formación interna para ampliar el conocimiento de los empleados en dichos aspectos.

VELAR POR EL BUEN FUNCIONAMIENTO

El Consejo de Administración cuenta con dos comisiones permanentes destinadas a velar por el correcto funcionamiento del Sistema de Riesgos y Compliance:

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

Asimismo, contamos con protocolos y políticas corporativas que aseguran el buen gobierno y la gestión de los riesgos:

- Protocolo Familiar.
- Código Ético y de Conducta.
- Manual de Prevención de Riesgos Penales.
- Política Anticorrupción.
- Canal de Denuncias.
- Sistema Disciplinario.
- Código Ético para Proveedores.
- Política de Conflicto de Intereses.
- Protocolo de Gestión de Certificados Digitales.
- Política General de Regalos.
- Política de Donaciones.

En 2023, se ha llevado a cabo la actualización y aprobación de la Política de Seguridad y Buen Uso de los Sistemas de la Información, y paralelamente hemos desarrollado tres nuevas políticas:

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



“

Una Empresa Consciente es aquella que se comporta de forma ética y honesta, tanto a la hora de tomar decisiones, como en el desarrollo de las acciones cotidianas. Así, en Zamora Company nuestra máxima es trabajar, día a día, desde la responsabilidad y la transparencia ”

Mauricio de Tuya

DIRECTOR DE CLUSTER AMÉRICAS

Prevención de la corrupción y el soborno

En nuestra apuesta decidida por la integridad, también contamos con un **Programa de Prevención de Delitos y Lucha Contra el Fraude**, que define el modelo de organización, gestión y control en esta materia. Además, con la intención de prevenir cualquier signo delictivo, hemos establecido medidas eficaces para evitar y mitigar cualquier actuación contraria a la legalidad o al Código Ético y de Conducta.

Este Programa se está revisando y actualizando, con la ayuda de una consultora externa, para crear un modelo acorde con las actividades que desempeñamos, estableciendo los controles y evidencias pertinentes para evitar y prevenir ilegalidad derivada. Una vez finalizado este trabajo, los resultados serán comunicados, aprobados e implementados por los responsables de cada control.

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

- Rechazo absoluto a cualquier acción u omisión que se encuentre relacionada, directa o indirectamente, con actos de corrupción.
- Prohibición de actuaciones ilícitas y/o que no estén alineadas con la normativa vigente, incluyendo lo dispuesto en la política y con independencia del posible beneficio económico generado.

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

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

A través de las diferentes políticas y protocolos que contamos en materia de prevención de delitos (anteriormente mencionadas), establecemos una **tolerancia cero** ante sobornos, corrupción y blanqueo de capitales.

Asimismo, y con la intención de profundizar en las medidas generales prevención de corrupción en los negocios, disponemos de otras herramientas como, por ejemplo:

- Sistema de niveles de autorización de gastos, control y seguimiento del presupuesto de gastos asignado a los vendedores.
- Procesos de selección de personal justos y transparentes.
- Obligación de evitar cualquier clase de interferencia o influencia de clientes, proveedores o

- terceros, que pueda alterar la imparcialidad y objetividad de los empleados.
- Prohibición de realizar pagos al contado en el transcurso de las relaciones comerciales o contractuales con clientes, proveedores o terceros.
- Reporte de transacciones comerciales.
- Obligación de denunciar prácticas ilícitas.
- Cursos de formación: talleres formativos obligatorios para todos los miembros de la compañía en materia de prevención de riesgos penales.



Sensibilización y conocimiento

En 2023, hemos impartido tres formaciones específicas sobre el modelo de prevención de riesgos penales, dirigidas al Consejo de Administración, al Comité Ejecutivo y al Forum Leaders, grupo del que forman parte los managers de la organización a nivel global.

En esta misma línea, hemos llevado a cabo acciones formativas sobre las reglas básicas en materia de publicidad de bebidas alcohólicas, dirigidas al Departamento de Marketing incluyendo los códigos de autorregulación publicitaria del sector, relación con *influencers* y páginas web.

Adicionalmente, hemos realizado tres formaciones específicas sobre las reglas aplicables a la protección de datos de carácter personal a los equipos de Marketing y Ventas de Iberia, RRHH y Clúster Américas. Asimismo, hemos enviado comunicados periódicos de sensibilización a los empleados con las principales políticas aplicables en materia de *compliance* (Código Ético, Política de Anticorrupción, Política de Regalos, etc.).

Por otro lado, y con el fin de reforzar el conocimiento legal y operativo, hemos impartido una formación específica en materia de la normativa de competencia al equipo comercial del Clúster Américas.

“Desarrollamos formaciones destinadas a reforzar el conocimiento legal y operativo de la compañía”



Alberto Miranda

DIRECTOR LEGAL GLOBAL

CANAL DE DENUNCIAS

Contamos con un Canal de Denuncias, administrado por una entidad externa e imparcial, que nos ayuda a prevenir posibles conflictos de interés y asegurar el adecuado funcionamiento del Canal.

Este sistema, por un lado, protege al denunciante y, por otro, garantiza los derechos del denunciado. Además, cumple con los requisitos establecidos por la Directiva Europea 2019/1937 y la legislación española correspondiente. Los empleados y colaboradores que detecten indicios o sospechas de la comisión de algún delito o de la violación de los principios y valores establecidos en el Código Ético de Conducta o en el Manual de Prevención de Ries-

gos Penales deben hacerlo saber a través de este Canal de Denuncias.

Una vez recibida una notificación, la compañía asegura una evaluación minuciosa, integral y objetiva de los hechos y circunstancias reportados, evitando cualquier tipo de arbitrariedad en las acciones tomadas. La resolución de todas las comunicaciones recibidas es debidamente justificada en todo momento.

Durante 2023, el Canal de Denuncias ha recibido una demanda que actualmente está siendo analizada.



RESPECTO Y DEFENSA DE LOS DERECHOS HUMANOS

En línea con nuestros valores de Compañía Consciente y responsable, defendemos normas internacionales como la Declaración Universal de Derechos Humanos de Naciones Unidas y los principios fundamentales publicados por la Organización Internacional del Trabajo. De esta forma, respetamos, defendemos y promovemos los derechos humanos donde se extiende nuestra actividad.

Para cumplir con nuestra responsabilidad en este ámbito, disponemos de las herramientas y protocolos de actuación ya mencionados para atender a las siguientes áreas de riesgo en materia de derechos humanos:

Explotación infantil y trabajo forzoso

Cumplimiento estricto de la legalidad vigente en todos los países en los que operamos, rechazando cualquier tipo de trabajo infantil, forzoso u obligado. No toleramos el uso o la amenaza de violencia ni ninguna otra forma de coerción.

Libertad sindical y negociación colectiva

Apoyo a la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, de acuerdo con las leyes locales en los lugares donde llevamos a cabo nuestra actividad.

Discriminación

Impulso de la igualdad de oportunidades y condena de la discriminación por cualquier tipo de raza, género, religión, opiniones políticas, edad, constitución física, orientación sexual, apariencia u otras características personales.

Condiciones de trabajo seguras y saludables

La salud y seguridad de los trabajadores y de las personas que visitan los centros de trabajo es un eje prioritario del Grupo como Empresa Consciente y garantiza las medidas necesarias para la consecución de este fin.

Medio ambiente

La naturaleza es el gran activo de Zamora Company, pues los productos que comercializamos provienen de ella. De ahí que mantengamos un enfoque preventivo y proactivo para la protección del medio ambiente y la minimización del impacto negativo ocasionado por nuestra actividad. Asimismo, realizamos iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental, así como la promoción, desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.





Corrupción y soborno

Contamos con medidas y herramientas eficaces para evitar y mitigar cualquier actuación ilícita o delictiva que vaya en contra del Código de Conducta, disponiendo de protocolos para la prevención de delitos de corrupción, incluyendo la extorsión y el chantaje o soborno.

Prácticas comerciales

Velamos para que toda práctica comercial dentro del Grupo sea ética, honrada y legal, rechazando tajantemente la manipulación del mercado mediante malas prácticas o la constitución de oligopolios o monopolios.

Publicidad ética

Reconocemos nuestra responsabilidad social en la publicidad debido a que los productos que comercializamos son bebidas alcohólicas. En este sentido, prestamos especial atención a cumplir con los más exigentes criterios éticos en el desarrollo de la publicidad, las promociones o los lanzamientos de productos.

Respeto a la privacidad de las personas

Protegemos los datos personales de empleados, consumidores y colaboradores. Al mismo tiempo, restringimos el acceso a la información y fortalecemos los accesos adicionales en función del tipo de dispositivo y la ubicación desde donde se accede. No hemos recibido denuncias a la AEPD, ni incidencias de seguridad. Además, hemos impartido formación inicial a todos los empleados y emitido comunicados periódicos en materia de ciberseguridad, en línea acorde a lo publicado por el Instituto Nacional de Ciberseguridad español.

Cadena de suministro

Asumimos la responsabilidad en toda la cadena de suministro y velamos para que proveedores y socios comerciales se comprometan con los estándares éticos y de conducta del Grupo. Los 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.

En 2023 no hemos recibido denuncias en materia de Derechos Humanos por los canales previstos.

ALIANZAS PARA EL FUTURO

Tenemos un objetivo: liderar el cambio junto a organizaciones afines a nuestros valores corporativos y con las que podamos tejer alianzas duraderas a favor de la sostenibilidad en todas sus vertientes.

Dos de las iniciativas a las que pertenecemos son:



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



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

Además, somos miembro activo de las principales asociaciones nacionales del sector, donde participamos en la firma y toma de decisiones de numerosos acuerdos y compromisos sectoriales. Estos abarcan áreas como el impulso del consumo responsable, la promoción de la sostenibilidad y el impacto positivo o la adopción de buenas prácticas comerciales en la contratación de alimentos, entre otros.



IMPACTO ECONÓMICO

Ser una Compañía Consciente también supone ser responsable con los resultados económicos, para que estos sean sostenibles.

De esta forma, a cierre del ejercicio fiscal de 2023, las ventas obtenidas se situaron en los 268 millones de euros, mientras que el EBITDA ascendió a los 45,3 millones de euros.

“ Nuestra actividad empresarial pasa por generar rentabilidad financiera, pero también por crear valor ambiental, social y económico a medio y largo plazo, contribuyendo al bienestar de las comunidades donde desarrollamos nuestra labor y de las generaciones venideras ”



Raúl Borreguero

DIRECTOR GLOBAL DE FINANZAS



ANEXOS



ANEXO I

Comunicación con los grupos de interés

El diálogo con los *stakeholders* se lleva a cabo a través de diversas herramientas, todas ellas adaptadas a las necesidades de cada interlocutor:

<p>Familia / Accionistas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de Consejo de Administración • Asambleas Consejo de Familia • Sesiones informativas y de comunicación interna 	<p>Equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Clientes y consumidores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación y atención directa (Red Comercial) • Encuestas y entrevistas • Lanzamientos de nuevos productos • Jornadas y eventos sectoriales • Atención específica ante incidencias • Visitas • Estudios de <i>benchmarking</i> • Redes Sociales 	<p>Proveedores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación y atención directa • Protocolo de Compras y Homologación • Plan director, Módulo de Calidad 	<p>Partners de negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones • Eventos • Atención directa a solicitudes de colaboración 	<p>Organismos reguladores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presencia y participación activa en asociaciones • Reuniones específicas • Foros y eventos • Procesos de auditoría/inspección
<p>Sector empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participación activa en asociaciones • Reuniones, talleres y sesiones de trabajo • Foros y eventos sectoriales 		<p>Instituciones científicas, académicas y culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención y escucha abierta a solicitudes de colaboración • Reuniones bilaterales • Participación en eventos culturales y artísticos • Patrocinios 		<p>Comunidades locales y sociedad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación con entidades sociales • Reuniones periódicas con entidades locales • Acciones formativas en consumo responsable • Acciones filantrópicas hacia colectivos específicos • Atención telefónica al ciudadano 	

Asuntos materiales

En el Grupo Zamora Company contamos 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.

IDENTIFICACIÓN DE TEMAS Y RIESGOS

Se ha actualizado el inventario de temas acorde con los aspectos contemplados por la Ley 11/2018, con los contenidos de los **Estándares GRI** como marco de reporte, y teniendo también en cuenta el contexto actual. Así, se han valorado un total de 33 temas contemplados por la Ley 11/2018, agrupados en las categorías ASG: 8 temas Ambientales (A), 19 Sociales (S) y 6 de Gobierno (G), relacionados con los siguientes ámbitos de gestión:

- Impactos ambientales.
- Prácticas laborales.
- Riesgos de Seguridad y Salud.
- Seguridad alimentaria.
- Etiquetado y publicidad o Derechos Humanos.
- Acción social.
- Ética y Buen Gobierno.
- Riesgos de Corrupción.
- Seguridad de la Información.
- Fiscalidad.
- Competencia.

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

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

La metodología desarrollada nos ha permitido disponer de una lista objetiva de asuntos relevantes para los grupos de interés y para la compañía, así como valorar la materialidad y la prioridad de cada uno de ellos, combinando para el análisis factores internos y externos.

Para cada asunto evaluado se obtendrían dos valores numéricos:

- Un valor según criterios estratégicos para Zamora Company, en los que está implícito el enfoque financiero de la doble materialidad. Este análisis se realiza internamente coordinado por el área de Empresa Consciente.
- Otro valor según criterios basados en las opiniones y expectativas de los grupos de interés respecto a cómo la compañía afecta a cada tema (enfoque de sostenibilidad o impacto). Esta información externa se obtiene a través de comunicación directa con ellos (procedimientos de escucha y diálogo implementados de manera permanente o consultas periódicas a muestras de determinados grupos), así como a través de otras fuentes de información tales como análisis sectoriales, de tendencias, informes publicados por entidades de referencia en la materia, análisis de

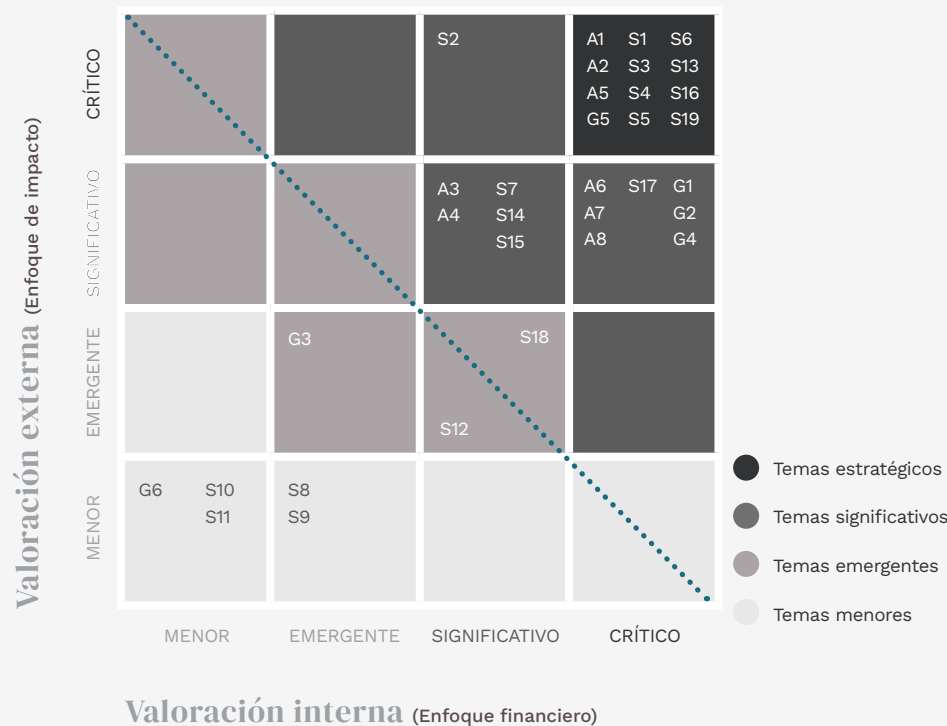
comunicaciones en redes sociales, y cualquier otra fuente que resulte de utilidad y suministre datos de relevancia.

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



Este desglose nos permite priorizar de una manera clara, sin perder de vista temas que también tienen relevancia o pudieran tenerla a corto-medio plazo. Los resultados obtenidos en el último ejercicio son:

RESULTADOS MATERIALIDAD 2023



Temas estratégicos

- **Medio Ambiente (A)**
 - Economía circular (A1)
 - Eficiencia energética (A2)
 - Emisiones/Huella de carbono (A5)
- **Ámbito social (S)**
 - Empleo (S1)
 - Salud y seguridad laboral (S3)
 - Formación y desarrollo profesional (S4)
 - Gestión de la Diversidad (S5)
 - No discriminación (S6)
 - Apoyo a comunidades locales (S13)
 - Salud y seguridad de consumidores (S16)
 - Cumplimiento socioeconómico (S19)
- **Gobernanza (G)**
 - Lucha contra la corrupción y el soborno (G5)
- **Ámbito social (S)**
 - Relaciones entre los trabajadores y la dirección (S2)
 - Libertad de asociación y negociación colectiva (S7)
 - Evaluación de derechos humanos en la cadena de valor (S12)
 - Evaluación social de proveedores (S14)
 - Acción social (S15)
 - Marketing y etiquetado (S17)
 - Privacidad de clientes (S18)
- **Gobierno (G)**
 - Riesgos y oportunidades ASG (G1)
 - Transparencia fiscal (G2)
 - Prácticas de adquisición (G4)

Temas significativos

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

Temas emergentes y menores

- Trabajo infantil (S8)
- Trabajo forzoso u obligatorio (S9)
- Prácticas en materia de seguridad (S10)
- Derechos de los pueblos indígenas (S11)
- Presencia en el mercado (G3)
- Competencia desleal (G6)

En la actualidad, y de cara a los próximos ejercicios, nos encontramos inmersos en el desarrollo de un enfoque de doble materialidad, es decir, cómo los

diferentes grupos de interés –tanto internos como externos– consideran que nuestras actividades influyen en los diferentes ámbitos de la sostenibilidad

(enfoque de impacto), y a su vez acerca de cómo estos temas pueden afectarnos como compañía desde la perspectiva del negocio (enfoque financiero).

Indicadores adicionales requeridos por la Ley 11/2018

Número total y distribución de empleados por edad, sexo y clasificación profesional (Directivo Bansa A/B, Intermedio C, Staff D/E) – 2023

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

Número total y distribución de empleados por edad, sexo y modalidad de contrato de trabajo – 2023

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

Tipo de contrato por categoría – 2023

	Directivo /a	Intermedio	Staff	Total
Fijo - discontinuo		-	46	46
Indefinido	46	109	339	494
Prácticas	-	-	1	1
Temporal	-	0	12	12
Total	-	109	397	552

Remuneraciones (€) por edad, género, clasificación profesional (Directivo Bansa A/B, Intermedio C, Staff D/E) – 2023

Edad	Sexo	Directivo/a	Intermedio	Staff
< 30	Total	0,00	75.544,45	22.999,81
	Hombre	0,00	67.279,37	20.310,04
	Mujer	0,00	83.809,52	25.689,57
30-50	Total	145.641,35	76.656,35	27.970,56
	Hombre	140.992,09	76.712,17	28.245,03
	Mujer	150.290,61	76.600,53	27.696,08
> 50	Total	168.555,91	97.367,68	30.217,93
	Hombre	178.763,05	110.408,44	31.200,23
	Mujer	158.348,76	84.326,91	29.235,63

Remuneraciones (€) por edad, género, clasificación profesional (Directivo Bansa A/B, Intermedio C, Staff D/E) – 2022

Edad	Sexo	Directivo/a	Intermedio	Staff
< 30	Total	0,00	56.941,66	21.668,94
	Hombre	0,00	0,00	20.776,03
	Mujer	0,00	56.941,66	22.958,69
30-50	Total	131.314,34	68.926,50	28.117,50
	Hombre	131.990,39	70.504,32	28.650,32
	Mujer	124.215,88	67.141,07	27.442,60
> 50	Total	180.193,49	86.121,72	325.236,24
	Hombre	186.477,73	92.885,74	34.080,59
	Mujer	155.056,52	65.829,64	28.197,35

Remuneraciones (€) a la Alta Dirección de la sociedad dominante desagregadas por sexo

	2023	2022	2021
Hombre	642.979,26	296.973,54	1.278.434,23
Mujer	246.039,96	179.430,16	87.611,87

Remuneraciones (€) al Consejo de Administración de la sociedad dominante desagregadas por sexo

	2023	2022	2021
Consejo de Administración (7)	600.000	600.000	624.123
Hombre (6)	520.000	520.000	544.123
Mujer (1)	80.000	80.000	80.000

Brecha salarial (€) – 2023

Sexo	Directivo /a	Intermedio	Staff
Hombre	159.877,57	84.526,15	27.456,57
Mujer	154.767,36	77.814,55	27.593,41
Brecha salarial	3,20%	7,94%	-0,5%
Porcentaje empleados	6,55%	17,38%	76,07%

Brecha salarial (€) – 2022

Sexo	Directivo /a	Intermedio	Staff
Hombre	158.569,58	75.387,54	28.707,85
Mujer	146.244,91	66.558,24	26.754,91
Brecha salarial	7,77%	11,71%	6,80%
Porcentaje empleados	9,04%	18,64%	72,32%

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

Despidos por edad y género – 2023

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

Despidos por categoría – 2023

	Despidos
Directivo/a	1
Intermedio	8
Staff	37
Total	46

Horas de formación impartidas y participación desglosada por sexo

	Total horas 2023	Total horas 2022	Participantes 2023	Participantes 2022
Hombre	5.666	1.670	419	258
Mujer	4.765	2.175	276	184

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

Formación por categoría profesional

	Directivo /a		Intermedio		Resto	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Horas totales	1.219	186	1.932,5	587	6.279,5	3.072
Horas / empleado	16,7	8,45	20,8	17,79	13,06	7,94



Absentismo

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

*Se estiman las horas de absentismo en 22.504h, tomando una jornada de 8h. Para las sociedades internacionales, la normativa en materia de seguridad y salud no es igual que en España, por lo que no se dispone de la información de la misma manera. Sí se han establecido las medidas correspondientes en cada una de las ubicaciones para dar respuesta a los requisitos regulatorios de los diferentes países.

ANEXO II

Sobre esta memoria

Para establecer el contenido de esta Memoria, hemos seguido los principios de los Estándares GRI 2021:

- Precisión.
- Equilibrio.
- Claridad.
- Comparabilidad.
- Exhaustividad.
- Contexto de sostenibilidad.
- Puntualidad.
- Verificabilidad.

ALCANCE DE LA INFORMACIÓN

Esta Memoria es de carácter anual y contempla las actividades y los principales resultados obtenidos durante el ejercicio 2023 del Grupo Zamora Company, estructurando la información en torno al desempeño ESG (ambiental, social y de gobernanza).

Asimismo, presentamos 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.

EQUILIBRIO Y COMPARABILIDAD DE LA INFORMACIÓN

El objetivo último de esta Memoria es contar con 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.

Para la elaboración del presente informe hemos contado con la implicación y participación de los responsables de las diferentes áreas de negocio, así como con las consideraciones derivadas de la interacción 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.

Por otro lado, hemos seguido trabajando en el proceso de consolidación de nuestro sistema de reporte interno de indicadores de sostenibilidad, aportando datos comparativos con el ejercicio anterior, que muestran de manera transparente la evolución en nuestro desempeño.

En cada ámbito se detalla el alcance de los datos, buscando la máxima precisión y comparabilidad de la información, así como la explicación pertinente en cada caso.

Nuestro objetivo para futuras memorias es seguir mejorando el nivel de precisión y comparabilidad de la información aportada para ilustrar el avance en nuestros objetivos como empresa consciente.

VERIFICACIÓN

El presente documento tiene carácter de Informe Integrado. Los datos utilizados para su elaboración se han extraído del Estado de Información No Financiera (EINF) de la compañía, que ha sido sometido a un proceso de verificación externa que garantiza el cumplimiento de la Ley 11/2018 sobre información no financiera.

auren

**INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DE LA MEMORIA DE EMPRESA
CONSCIENTE – ESTADO DE INFORMACIÓN
NO FINANCIERA CONSOLIDADO**

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

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

Responsabilidad de los administradores

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

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

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

Nuestra independencia y control de calidad

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

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

ntea
Alliance of Independent Firms

Aurel, Siniestro Párrafo 16, 28003 Madrid
Tel: +34 917 107 400
www.aurel.com

AUDITORÍA y ASSURANCE

auren

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

Nuestra responsabilidad

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

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

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

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

ntea
Alliance of Independent Firms

auren

Conclusión

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

Uso y distribución

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

AUREN AUDITORES SP, S.L.P.

Juan José Jaramillo
23 de mayo de 2024

**INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA**

**AUREN AUDITORES SP,
S.L.P.**
2024 N.º de inscripción: 00049
IBAN: ES 44 00 00 00 00 00 00 00 00

ntea
Alliance of Independent Firms

ANEXO III

Índice GRI

Zamora Company presenta la información citada en este índice de contenidos para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023, utilizando como referencia los estándares GRI.

GRI 2 CONTENIDOS GENERALES 2021	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
1. La organización y sus prácticas de presentación de informes			
2-1 Detalles organizacionales	18, 19, 80		
2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	80, 99		
2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	99, 113		
2-4 Actualización de la información	99, 100	8, 10	1-10
2-5 Verificación externa	100		
2. Actividades y trabajadores			
2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	14-19	8, 10, 16	1-10
2-7 Empleados	10, 48, 49, 52, 95	8, 10, 16	1-6
2-8 Trabajadores que no son empleados	49, 95	8, 10, 16	1-6
3. Gobernanza			
2-9 Estructura de gobernanza y composición	80, 81	16	1-10
2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	81	16	1-10
2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	81	16	1-10
2-12 Papel del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	80-83	16	1-10
2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	80-83	16	1-10
2-14 Función del máximo órgano de gobierno en el reporting de sostenibilidad	4-7	16	1-10

GRI 2 CONTENIDOS GENERALES 2021	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
2-15 Conflictos de interés	85, 86	16	1-10
2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	85, 86	16	1-10
2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	86	16	1-10
2-18 Evaluación de la actuación del máximo órgano de gobierno	82-85	16	1-10
2-19 Políticas de remuneración	85	16	1-10
2-20 Proceso para determinar la remuneración	52	16	1-10
2-21 Ratio de compensación total anual	96	16	1-10
4. Estrategia, políticas y prácticas			
2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	4	16	1-10
2-23 Compromisos y políticas	20-22, 87, 88	16	1-10
2-24 Incorporación de los compromisos establecidos en las políticas	20-24, 82-86	16	1-10
2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	61, 82-88	16	1-10
2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear problemas	86	16	1-10
2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	10, 86	16	1-10
2-28 Afiliación a asociaciones	89	12, 13 16, 17	1-10
5. Participación de los grupos de interés			
2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	23, 54, 92-94		
2-30 Convenios de negociación colectiva	49	8	1-6

GRI 3 TEMAS MATERIALES 2021	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
1 - Orientaciones para determinar los temas materiales	24, 92-94		
2 - Contenidos sobre los temas materiales	24, 92-94		
3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	24, 92-94		
3-2 Lista de temas materiales	94		
3-3 Gestión de los temas materiales	20-24		

GRI 200 TEMAS ECONÓMICOS	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
201 Desempeño económico			
201-1 Valor económico directo generado y distribuido	10, 13, 79, 90	1, 8, 10, 16	1-6, 10
201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	35-38		
201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	46-55		
201-4 Asistencia financiera o recibida del gobierno	No reportado		
202 Presencia del mercado			
202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	No reportado		
202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	No reportado		
203 Impactos económicos directos			
203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	20-24		
203-2 Impactos económicos indirectos significativos	20-24		
204 Prácticas de adquisición			
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	68-72	1, 8, 10, 16	1-6, 10
205 Anticorrupción			
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	82-86		
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	84-86	1, 8, 10, 16	1-6, 10
205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	86	1, 8, 10, 16	1-6, 10

GRI 200 TEMAS ECONÓMICOS	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
206 Competencia desleal			
206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	83-86, 93		
207 Fiscalidad			
207-1 Enfoque fiscal	83-86, 93		
207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	83-86, 93		
207-3 Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal	83-86, 93		
207-4 Presentación de informes país por país	No aplica		

(*) En el Informe de Gestión 2023 del Grupo Zamora Company se incluye información adicional respecto a indicadores económicos.



GRI 300 TEMAS AMBIENTALES	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
301 Materiales			
301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	40, 41	12, 13, 17	1, 2, 7-9
301-2 Insumos reciclados	40,- 42	12, 13, 17	1, 2, 7-9
301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	41	12, 13, 17	1, 2, 7-9
302 Energía			
302-1 Consumo energético dentro de la organización	37	7, 11, 12, 13	1, 2, 7-9
302-2 Consumo energético fuera de la organización	37	7, 11, 12, 13	1, 2, 7-9
302-3 Intensidad energética	37	7, 11, 12, 13	1, 2, 7-9
302-4 Reducción del consumo energético	37	7, 11, 12, 13	1, 2, 7-9
302-5 Reducción en requerimientos energéticos de productos y servicios	37	7, 11, 12, 13	1, 2, 7-9
303 Agua y efluentes			
303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	43	6, 11, 12, 15	1, 2, 7-9
303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	43	6, 11, 12, 15	1, 2, 7-9
303-3 Extracción de agua	43	6, 11, 12, 15	1, 2, 7-9
303-4 Vertido de agua	43	6, 11, 12, 15	1, 2, 7-9
303-5 Consumo de agua	43		

GRI 300 TEMAS AMBIENTALES	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
304 Biodiversidad			
304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro o junto a áreas protegidas o de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	45		
304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	45	6, 11, 12, 15	1, 2, 7-9
304-3 Hábitats protegidos o restaurados	45		
304-4 Especies incluidas en la Lista Roja de la IUCN (Unión Internacional para la conservación de la naturaleza) y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	45		
305 Emisiones			
305-1 Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) (alcance 1)	38-39	3, 11, 12, 13, 15	1, 2, 7-9
305-2 Emisiones indirectas de GEI por generación de energía (alcance 2)	38-39	3, 11, 12, 13, 15	1, 2, 7-9
305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	38-39	3, 11, 12, 13, 15	1, 2, 7-9
305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	36, 38.39	3, 11, 12, 13, 15	1, 2, 7-9
305-5 Reducción de las emisiones de GEI	38.39	3, 11, 12, 13, 15	1, 2, 7-9
305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa ozono (SAO)	No reportado		
305-7 Óxidos de nitrógeno (NOx), de azufre (SOx) y otras emisiones atmosféricas significativas	No reportado		
306 Residuos			
306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	10, 33, 42, 72	3, 11, 15	1, 2, 7-9
306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	10, 33, 42, 72	3, 11, 15	1, 2, 7-9

GRI 300 TEMAS AMBIENTALES	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
306-3 Residuos generados	42	3, 11-15	1, 2, 7-9
306-4 Residuos no destinados a eliminación	52		
306-5 Residuos destinados a eliminación	52		
307 Cumplimiento ambiental			
307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No identificado	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	68, 71-72	3, 7, 9, 10-15	1 a 10
308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	40, 71-72	3, 7, 9, 10-15	1 a 10



GRI 400 TEMAS SOCIALES	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
401 Empleo			
401-1 Nuevas contrataciones y rotación del personal	49, 95, 97	5, 8	1-6
401-3 Permiso parental	52	5, 8	1-6
402 Relaciones trabajador-empresa			
402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	No reportado	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	51	3, 8	1-6, 10
403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	51, 53	3, 8	1-6, 10
403-3 Servicios de salud en el trabajo	51	3, 8	1-6, 10
403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	51	3, 8	1-6, 10
403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	50	3, 8	1-6, 10
403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	48, 51	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	51	3, 8	1-6, 10
403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	51		
403-9 Lesiones por accidente laboral	51, 98	3, 8	1-6, 10
403-10 Dolencias y enfermedades laborales	51, 98	3, 8	1-6, 10

GRI 400 TEMAS SOCIALES	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
404 Formación y enseñanza			
404-1 Media de horas de formación al año por empleado	50, 98	4, 8	1-6
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	50	4, 8, 17	1-6
404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	49, 51	4, 8	1-6
405 Diversidad e igualdad de oportunidades			
405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	52-53, 81	5, 10, 16, 17	1-6, 10
405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	52, 97	5, 10, 16, 17	1-6, 10
406 No discriminación			
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	52, 70, 87	5, 10, 16	1-6, 10
407 Libertad de asociación y negociación colectiva			
407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	69-70	5, 10, 16	1-6, 10
408 Trabajo infantil			
408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	69-70		
409 Trabajo forzoso u obligatorio			
409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	69-70		
410 Prácticas en materia de seguridad			
410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	87-88		

GRI 400 TEMAS SOCIALES	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
411 Derechos de los pueblos indígenas			
411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	88		
412 Evaluación de los derechos humanos			
412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	87-88		
412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	87-88	8, 10, 16	1-6, 10
412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	87-88		
413 Comunidades locales			
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	73-77	1, 3-5, 10, 16, 17	1 - 10
413-2 Operaciones significativas con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	73-77		
414 Evaluación social de los proveedores			
414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	71-72	1, 3-5, 10, 16, 17	1 - 10
414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	68-72		
415 Política pública			
415-1 Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	90		
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	56-67	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 identificado	3, 16	1, 2

GRI 400 TEMAS SOCIALES	Páginas en la memoria	Agenda 2030 ODS	Principios Pacto Mundial
417 Marketing y etiquetado			
417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	56-67	16	1-6, 10
417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	No identificado	16	1-6, 10
417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	No identificado	16	1-6, 10
418 Privacidad del cliente			
413-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Cero	16	1 a 10
419 Evaluación social de los proveedores			
419-1 Incumplimientos de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Cero	16	1-6, 10



MAR DE FRADES

ALBARIÑO ATLÁNTICO

Brut Nature

RÍAS BAIXAS
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Contacto

La responsabilidad de la elaboración de esta Memoria recae sobre el área de Empresa Consciente, integrada en la Dirección de Personas y Comunicación Interna. Sus contenidos están consensuados y validados por las áreas de negocio correspondientes.

Para más información:



Marisa Almazán

Conscious Company Manager



Tlf.: +34 913 821 356



Correo electrónico:

marisa.almazan@zamoracompany.com

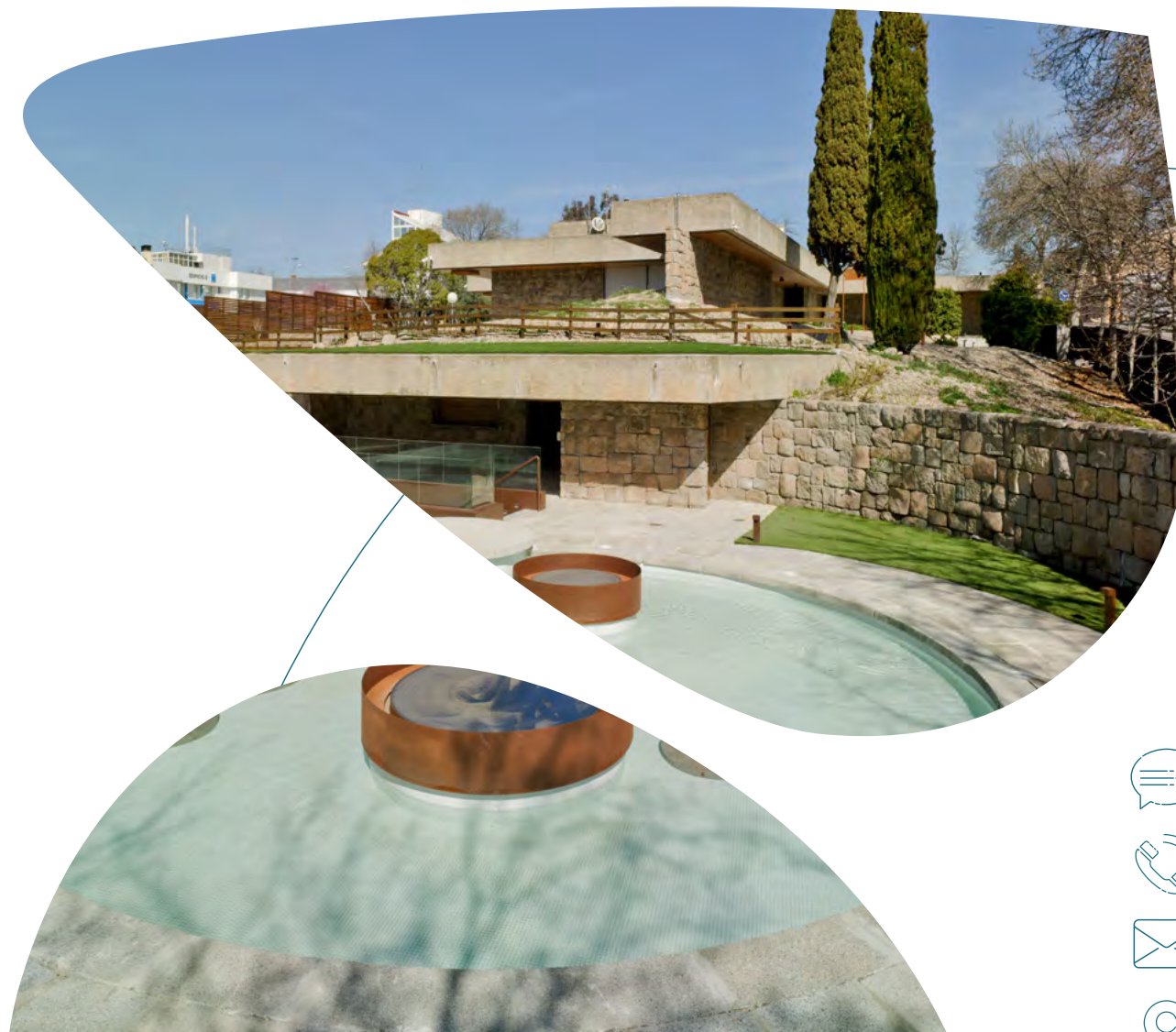


Dirección:

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



www.zamoracompany.com





Agradecimientos

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 y a seguir luchando por un mundo más justo y sostenible.

En vez de soñarlo, sigamos juntos haciéndolo realidad.

Un año más, ¡muchas gracias, equipo!



Zamora
company