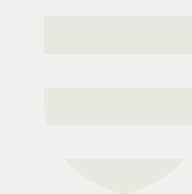


Memoria *de Sostenibilidad* 2025

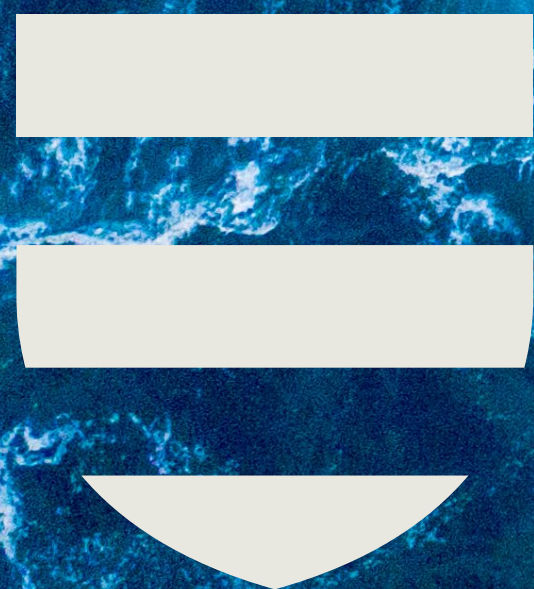


Índice

Una Empresa <i>con Propósito</i>	03
Buen <i>Gobierno</i>	10
Nuestro <i>Equipo</i>	12
Comprometidos <i>con el Medioambiente</i>	15
Cadena de <i>Valor Responsable</i>	17
Clientes <i>y Consumidores</i>	18
Aliados de <i>Nuestro Entorno</i>	21
Comprometidos <i>con el Sector</i>	23



Una Empresa *con Propósito*



+80 años de historia

Varma es una empresa gestionada por la tercera generación de la familia de la Mata, líder a nivel nacional en la distribución de bebidas espirituosas, vinos, productos de alimentación y cuidado personal. Con más de 80 años de historia, se consolida como uno de los *brand builders* más importantes del país, logrando que cada una de sus marcas, propias y representadas, alcancen el éxito y lideren el mercado.

La compañía opera en España y Portugal, y su sede central se localiza en Alcobendas (Madrid). Además, cuenta con oficinas comerciales y almacenes en Sevilla, Barcelona, Gijón y Valencia.

Parte del éxito de Varma se basa en un modelo único de *route to market* que se apoya en una exclusiva y potente red de distribuidores nacionales e internacionales. Mantiene una relación directa y cercana con el canal HORECA, retail, e-commerce, así como parafarmacias, droguerías, tiendas de conveniencia, etc.



Más de
50 marcas
Nacionales
e Internacionales

Un modelo único
de *Route to Market*



Building Brands *worth sharing.*

Visión



Ser líderes en la creación de marcas icónicas y exitosas, reconocidas y compartidas a nivel mundial, contribuyendo a un futuro mejor para las personas y el planeta.

Misión



Construimos marcas icónicas y de éxito con el propósito de ser compartidas y reconocidas globalmente.

5 pilares estratégicos,

a través de los cuales Varma asegura su liderazgo en el mercado y refuerza su contribución positiva a la sociedad:



Diversificación



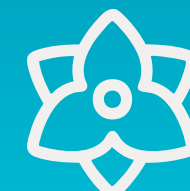
Internacionalización



Transformación Digital



Innovación



Sostenibilidad

Humanidad



Cultura del Esfuerzo



Confianza



Ética



Compromiso



Emprendimiento



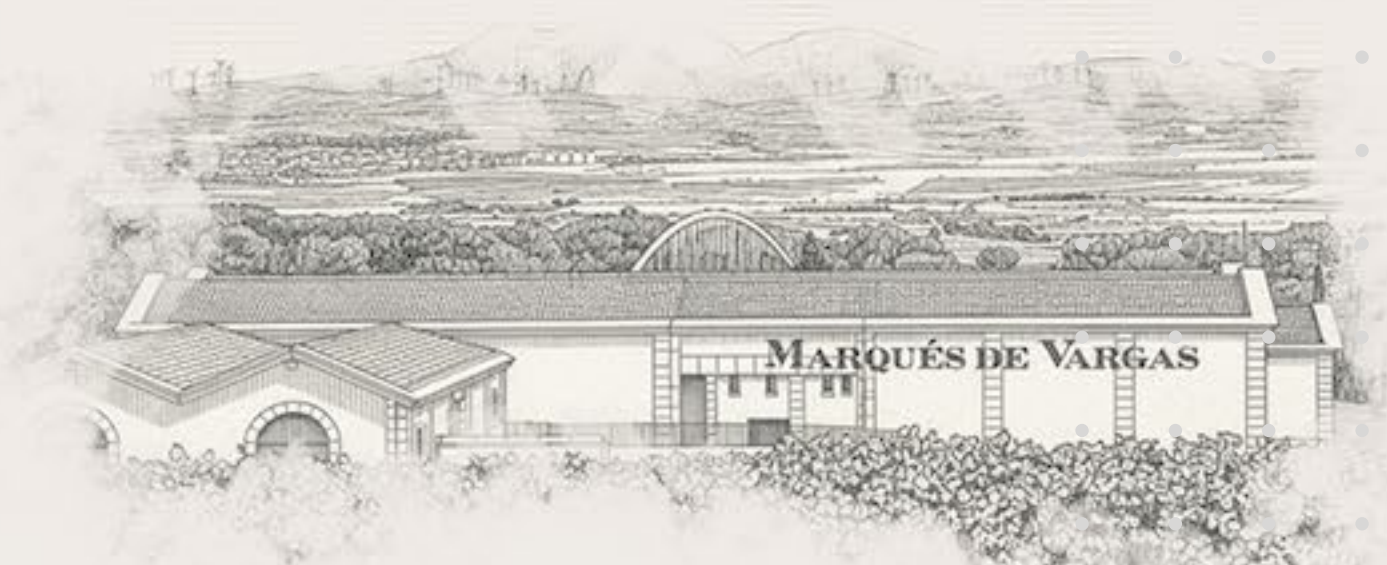
La Historia de un Legado

Varma ha construido su éxito consolidándose a través de hitos clave que han definido su trayectoria:

Don Hilario de la Mata, Marqués de Vargas, **funda la empresa** de distribución Hilario de la Mata Representaciones S.L., que inicia su actividad con la distribución en la capital de España de la conocida bodega Franco Española.



La empresa cambia su denominación a **Varma S.L.**, fusión del título nobiliario 'Vargas' y el apellido "de la Mata".



En pleno proceso de diversificación **nace el grupo Varma**, se constituyen las Bodegas del Marqués de Vargas en la Rioja y se funda Varma Alimentación S.L.



Varma Alimentación S.L. se diversifica, incorporando la categoría de cuidado personal y se realiza un nuevo relevo generacional, **la tercera generación asume la presidencia.**



En la división de bebidas espirituosas se **incorpora la crema de tequila Kick the Rules.**

1942 1969 1985 - 1994 2020 - 2021 2024 - 2025

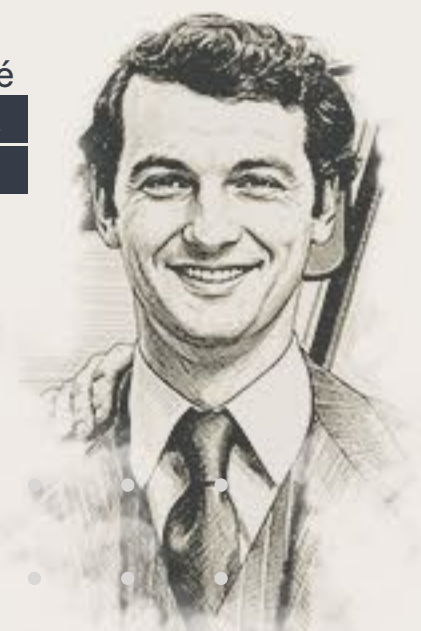
1963

Se completa una **selección destacada de importación como, por ejemplo,** Four Rouses Bourbon o Deward's White Label.



1976

Don Pelayo y Don José de la Mata, **la segunda generación asumen la dirección** de Varma.



2000

Toma de participación de **Ron Barceló y Pazo de Valdomiño**; creación de la bodega Conde de San Cristóbal y adquisición de la bodega Pazo de San Mauro. Importaciones y Exportaciones Varma S.A continúa aumentando su portafolio con prestigiosas marcas internacionales.



2022 - 2023

Incorporación de marcas clave al portafolio como Macaronesian Gin en bebidas espirituosas y PRIME, Moussel y Timotei en alimentación y cuidado personal.



Hitos que Marcan el **2024-2025**

Reconocimiento **Great Place to Work** alcanzando la primera posición en **la categoría de 250 a 500 empleados.**

Premio Familia Empresaria del Año 2025 otorgado por la Asociación de la Empresa Familiar de Madrid (**ADEFAM**)

Por cuarto año consecutivo, **Ron Barceló Añejo** ha vuelto a posicionarse como líder, tanto en volumen como en valor.

Ron Barceló Internacional ha recibido la Certificación B Corp reconocimiento a su compromiso en materia de sostenibilidad.



Incorporación de la dirección comercial internacional con gran prioridad en **Macaronesian Gin** y expansión en Portugal del portafolio de marcas propias.

En la división de alimentación, incorporación de dos nuevas marcas:

- **Vithit**, una bebida funcional vitaminada y sin azúcares añadidos.
- **St. Dalfour**, marca de fruta unttable elaborada con ingredientes naturales.



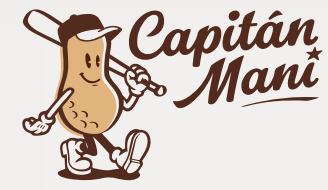
Nuestras Marcas

El grupo gestiona **más de 50 marcas nacionales e internacionales**, entre las que se encuentran marcas propias, representadas y participadas.

VARMA
SPIRITS & WINES

Ron		Ginebra		Vodka		Tequila			
Whisky									
Licores		Vermuts		Brandy					
Marqués de Vargas Bodegas y Viñedos		Vinos Generosos, olorosos y fortificados		Otros Vinos		Champagne		Otros	

Alimentación



Bebidas
Funcionales



Cuidado
Personal y del Hogar



Buen Gobierno



Protocolo de Sucesión Familiar desde 1991

Varma cuenta con una gobernanza profesionalizada que permite el desarrollo de sus actividades de manera transparente y responsable, de acuerdo con sus valores y principios éticos corporativos.



El Consejo de Administración está conformado por **5 consejeros dominicales** y 3 consejeros independientes.

- Teresa Valeria **Martín de la Mata**
- Jesús **Posada de la Mata**
- José Manuel **de la Mata Romero**
- Pelayo **de la Mata Pobes**
- María Isabel **de la Mata Pobes**
- Fernando **Valdés Bueno**
- Francisco **Gasset Loring**
- Jordi **Morral Hospital**

José Martí Ruano
Secretario del Consejo

Del consejo dependen **3 Comisiones**



Comisión de Auditoría y Control



Comisión de Renombramientos y Retribuciones



Comisión de Estrategia e Innovación

Varma
está Comprometida

con la erradicación de cualquier forma de corrupción, soborno, tráfico de influencias o blanqueo de capitales.


Gestión *Ética*



El Código Ético garantiza que toda actividad realizada en nombre de Varma se desarrolle con integridad, en cumplimiento de las leyes y normativas vigentes, y con pleno respeto a los derechos humanos, la sostenibilidad y las normas laborales fundamentales.

Código Ético 

El Órgano de Supervisión es el encargado de resolver las dudas interpretativas que puedan surgir del código ético, velar por su cumplimiento, y llevar a cabo las actualizaciones que sean necesarias.

 **Órgano de Supervisión**

Canal de Denuncias 

Durante el ejercicio fiscal 2024-2025, no se han recibido denuncias a través de este canal que garantiza el acceso anónimo y la confidencialidad del informante.

 **Protocolo de Actuación**
Frente al Acoso

Protocolo de actuación frente al acoso moral, sexual y acoso por razón de sexo. La compañía mantiene una política de tolerancia cero hacia estas conductas, velando porque todos los empleados puedan desarrollar su actividad en un entorno seguro y libre de acoso de cualquier tipo.

Nuestro Equipo(I)



La Plantilla
Crece un
27%



- El compromiso, liderazgo y talento de los equipos constituyen la base sobre la que se sostiene el crecimiento del negocio y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.
- **337 profesionales**, un **27% más** que el ejercicio anterior.
- Los datos de brecha global han experimentado un descenso de más de **2 puntos porcentuales** respecto al ejercicio anterior y reflejan el compromiso de Varma con la igualdad retributiva entre hombres y mujeres.
- **63%** de la plantilla se ubica en el tramo de **30 a 50 años**.
- Se ha realizado la evaluación del desempeño de **215 profesionales**.
- **Más de 2.700 horas** de formación.

La mayoría de la
plantilla se sitúa
en el tramo *de 30 a 50 años*

Edad *de Profesionales*

Menos de 30 años	17%
Entre 30 - 50 años	63%
Más de 50 años	20%

Categoría *Profesional*

Directores	6%
Mandos Intermedios	9%
Técnicos	33%
Comerciales	35%
Otros	17%



Nuestro *Equipo* (II)

Nueva Política de Formación



Durante el presente ejercicio el Grupo ha aprobado una Política de Formación dirigida a todos los profesionales que integran la compañía. Tiene como objetivo impulsar el desarrollo de los roles profesionales, fomentar la excelencia y contribuir a la fidelización del talento interno.

Participación Activa de los Empleados



Innovarma

Programa de intraemprendimiento diseñado para promover la innovación desde dentro de la compañía. Su objetivo es dar voz a las ideas de los equipos, transformándolas en proyectos reales.

Encuentros con Propósito

Iniciativa interna creada para visibilizar proyectos estratégicos, inspirar a los equipos y fortalecer la cultura corporativa, generando un espacio de diálogo entre departamentos y colaboradores externos.



Bienestar del Empleado



Nuevo Protocolo
de *Desconexión Laboral*



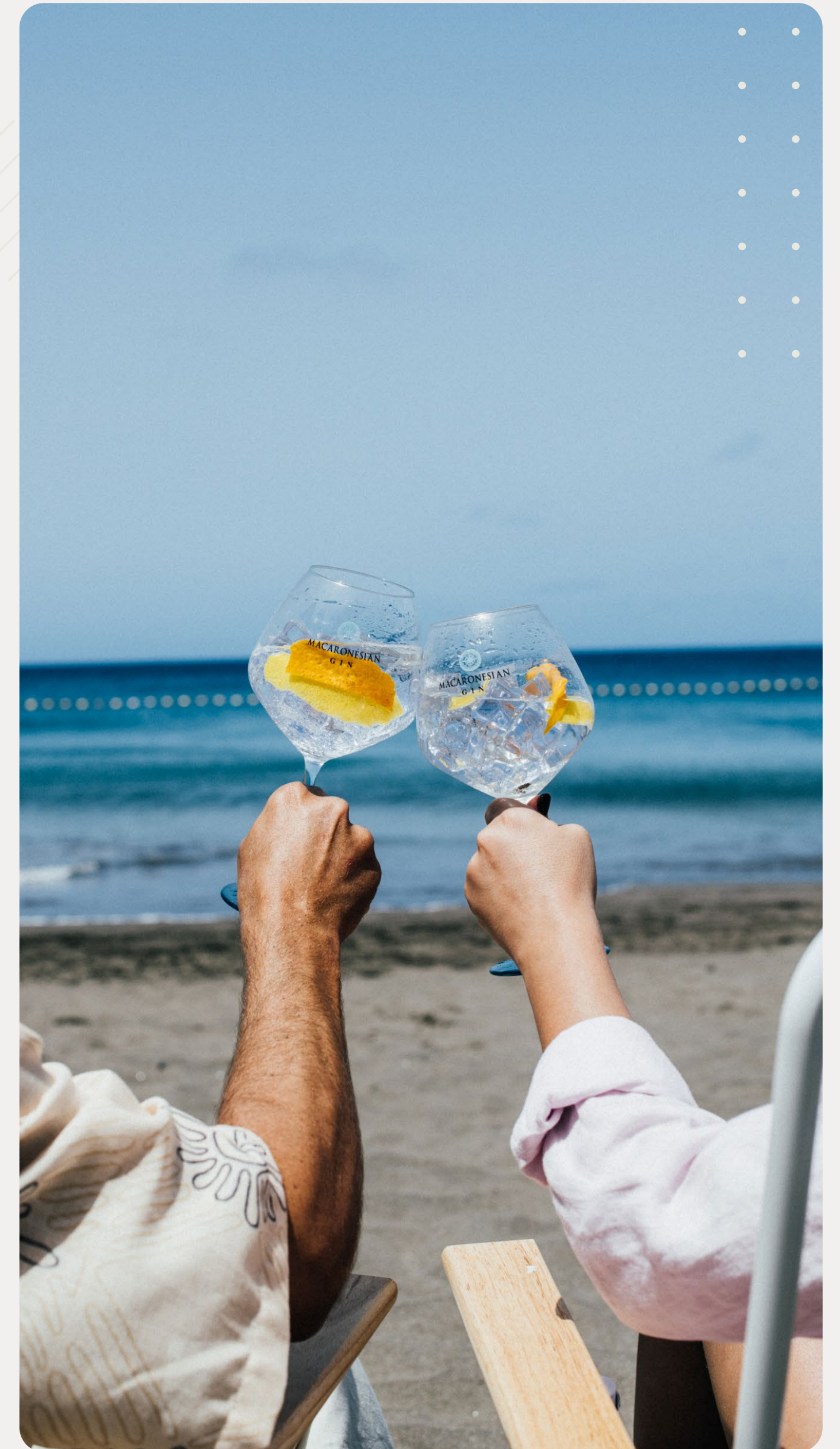
Varma
Days

Durante el ejercicio fiscal 2024-2025 la compañía ha aprobado un **protocolo de desconexión laboral** con el fin de conseguir una mejor conciliación entre la vida personal y profesional.

Cada una de las sociedades de Varma dispone de su **propio Plan de Prevención de Riesgos Laborales**.

Además se cuenta con otras **medidas de conciliación** como la política de flexibilidad horaria de entrada y salida, opciones de teletrabajo, jornada intensiva los viernes y en verano, así como los denominados **“Varma Days”**. Estos últimos, son días que se programan estratégicamente para coincidir con festivos y permitir a los empleados disfrutar de puentes más largos.

Amplio paquete de beneficios sociales como: seguro privado de salud, plan de retribución flexible, paquete de bienvenida, cesta de navidad, regalo de verano, obsequio por nacimiento, descuentos en los productos de la compañía, acceso gratuito a gimnasio y fruta fresca en la oficina.



Comprometidos con el Medioambiente (I)

Hoja de Ruta en Sostenibilidad



Palancas previstas en el ámbito de sostenibilidad:

- Realización de un estudio de eficiencia energética
- Incorporación de criterios de ecodiseño en el packaging
- Implementación de una política de compras sostenible

Aeroterminia



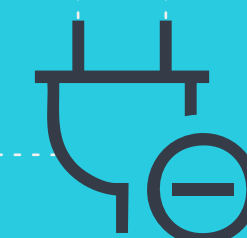
En la sociedad de **Hacienda de Pobes**, la climatización de los inmuebles se realiza a través de aeroterminia. **La aeroterminia** es un sistema de climatización que extrae la energía que contiene el aire del ambiente mediante un sistema de bombas de calor eléctricas. Los sistemas de aeroterminia pueden **extraer** hasta un **75% de energía del aire exterior**, lo que reduce considerablemente el consumo de electricidad.

100% de la Electricidad Consumida en las Oficinas
Procede de Fuentes Renovables



Reducción de más de un **20%** en Emisiones

Alcance 2



Consumo Energético

Tipo de Energía	FY 24-25	Variación con Respecto al Ejercicio Anterior (%)
Electricidad (kWh)	284.017	-3,3%
Gas Natural (kWh)	1.448	-96,8%

Emisiones (toneladas CO2e)

FY 24-25

Alcance 1	1.476,17
Alcance 2	20,38
Total	1.496,54



Comprometidos con el Medioambiente (II)

Nuevo Protocolo
de Donación
de Productos



En su compromiso con la economía circular el Grupo tiene establecidas las siguientes medidas:

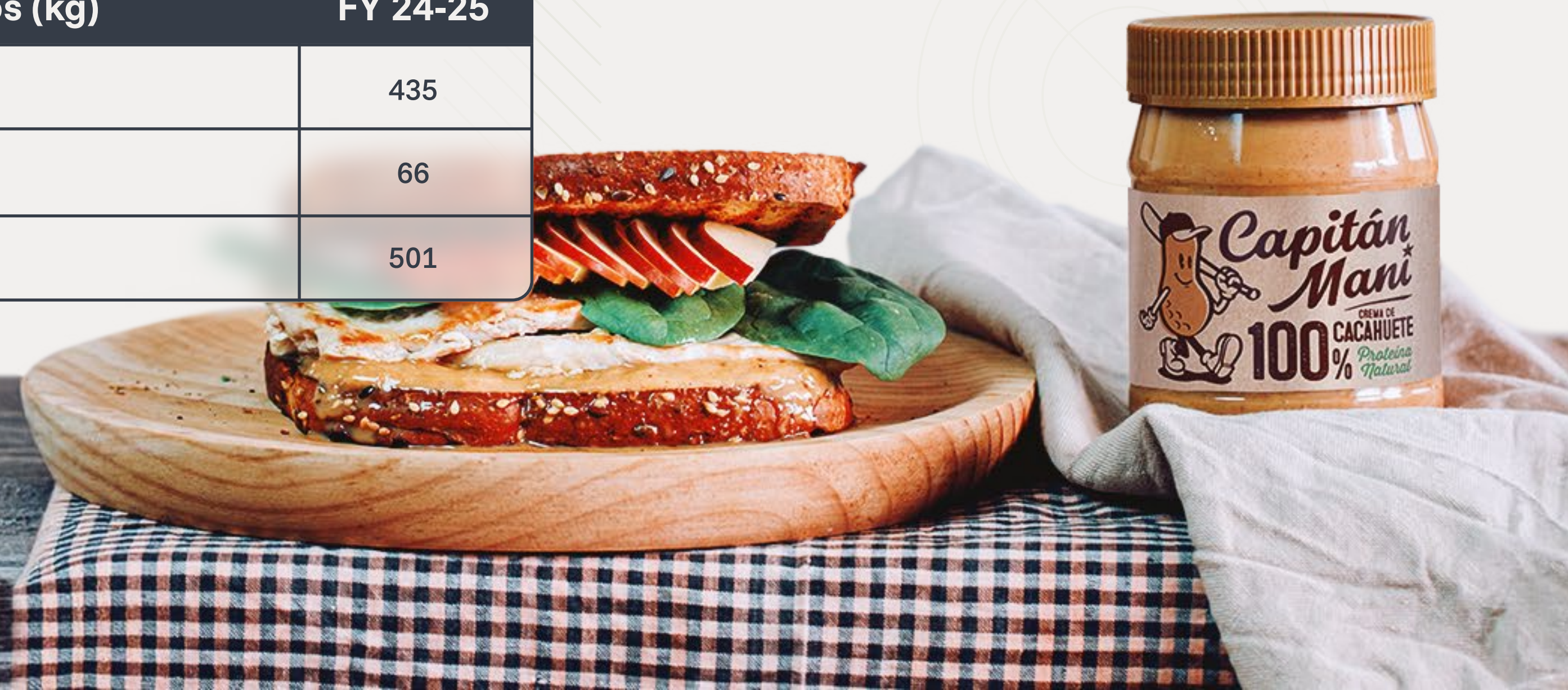
- Utilización de cajas de cartón resistentes sin personalizaciones, ni técnicas de color para que puedan reutilizarse.
- Eliminación del plástico en los materiales promocionales de la compañía como toallas y camisetas.
- Utilización de cartón para el packaging o PLV con certificados FSC o PEFC, procediendo de bosques sostenibles, e, incluso, en algunos casos de cartón reciclado.
- Reducción de plásticos de un solo uso sustituyéndolos por cartón.
- Unificación del almacén, el transporte y el packaging en eventos compartidos por diferentes marcas, reduciendo el cartón utilizado para los envíos de materiales.

Consumo de Agua (m ³)	FY 24-25
Agua de Red Municipal	5.357,16
Agua Superficial	13.858,22
Total	19.215,38

Residuos (kg)	FY 24-25
Papel	435
Cartón	66
Total	501

Desperdicio Alimentario:

En **Varma Food & Care** se ha definido un protocolo de donación de productos. Gracias a esta medida, y a la colaboración con fundaciones y bancos de alimentos locales se han alcanzado donaciones superiores a 33.000 euros.



Cadena de Valor Responsable

68%
de Compras Locales.

vs

48%
Registrado en el Ejercicio Anterior.

47
Proveedores Homologados



Trabajamos junto a nuestros proveedores para garantizar el máximo cuidado de sus productos, así como un servicio de logística eficiente y de calidad.



	Número de Proveedores Totales	Número de Proveedores Críticos	Total de Compras Realizadas (€)	Proporción del Gasto en Compras Locales
Materiales y Embalajes	19	6	5.446.345	100%
Producto Terminado	42	9	151.340.449	67%
Total	61	15	156.786.794	68%

A través de su Hoja de Ruta en Sostenibilidad,

Varma tiene previsto establecer una política de compras sostenible en la que se prioricen aquellos proveedores alineados con criterios ESG.

Cientes *y Consumidores*



Varma ha apostado desde siempre por ofrecer productos que cumplan con las exigencias y expectativas de los clientes y consumidores, a través de una **atención personalizada** y un **buen servicio**; así como con productos de **alta calidad, innovadores y adaptados a sus necesidades**.



Todas las acciones publicitarias y promocionales cumplen estrictamente con los códigos de autorregulación vigentes, incluyendo el Código de Autorregulación Publicitaria de bebidas espirituosas de Espirituosos de España y de la Federación Española del Vino (FEV), así como el **Código de Conducta para la Autorregulación Publicitaria de AUTOCONTROL**.

Adicionalmente, a nivel interno, la compañía está trabajando en el desarrollo de un **Código Interno de Consumo Responsable**, cuyo objetivo es reforzar la cultura corporativa y promover entre los equipos un comportamiento coherente con los valores de moderación y responsabilidad.



Lanzamientos *Recientes*

Lanzamiento

HENDRICK'S OASIUM

con un sabor cítrico y fresco que nace de la combinación de las hierbas aromáticas y las frutas brillantes de un oasis desértico.



Glenfiddich. GRAND CHÂTEAU

una edición limitada que combina tradición e innovación. Whisky de 31 años, elaborado en Escocia y terminado en barricas de vino tinto de Burdeos.



Glenfiddich. GRAN RESERVA

Lanzamiento de la edición limitada del icónico Glenfiddich 21 Reserva, en colaboración con el artista Nicolás Villamizar.



THE IRISHMAN IRISH WHISKEY

Whiskey irlandés con mezcla original y exclusiva de Bernard Walsh: un blend de 70% malta y 30% single pot still, triple destilado y envejecido en barricas de bourbon.



SILENT POOL DISTILLERS

destilada con 24 ingredientes botánicos. Se caracteriza por sus notas florales de lavanda y manzanilla, sus notas frescas a cítricos y la sutil riqueza de la miel cultivada en la región de Surrey.



productos elaborados 100% a partir de frutas, sin conservantes ni azúcares añadidos.



PRIME

Nueva gama PRIME ICE, bebida refrescante sin azúcares añadidos.



VIT•HIT®

bebida funcional sin azúcares añadidos, baja en calorías y elaborada a base de zumos naturales.



BARCELÓ IMPERIAL

ha lanzado Barceló Imperial Mizunara Cask. Parte de la gama premium Rare Blends Collection, Mizunara Cask nace del néctar de la más fina selección de caña de azúcar dominicana y envejece en barricas vírgenes de roble japonés, para aportar el sabor único que distingue a este espirituoso.



Premios y Reconocimientos



Ron Barceló:
Premio ORO en categoría Rones Ultra Premium The Rum & Cachaça Masters (The Spirit Business). Entidad que el año pasado reconoció este ron como el Mejor Ron del Mundo 2024.



Macaronesian Gin:
Medalla de oro en la London Spirits Competition, **medalla de plata** en la San Francisco World Spirits Competition, **Medalla de oro** al Mejor Viaje de Incentivos en los premios Evento Plus y **premio a "las 100 Mejores Ideas"** de la revista Actualidad Económica por Macaronesian Stories, una iniciativa de impacto social.



Bodega del Marqués de Vargas alcanzó la certificación **Wineries for Climate Protection**, en reconocimiento a sus esfuerzos en materia de eficiencia energética, energías renovables, gestión del agua, residuos y emisiones.



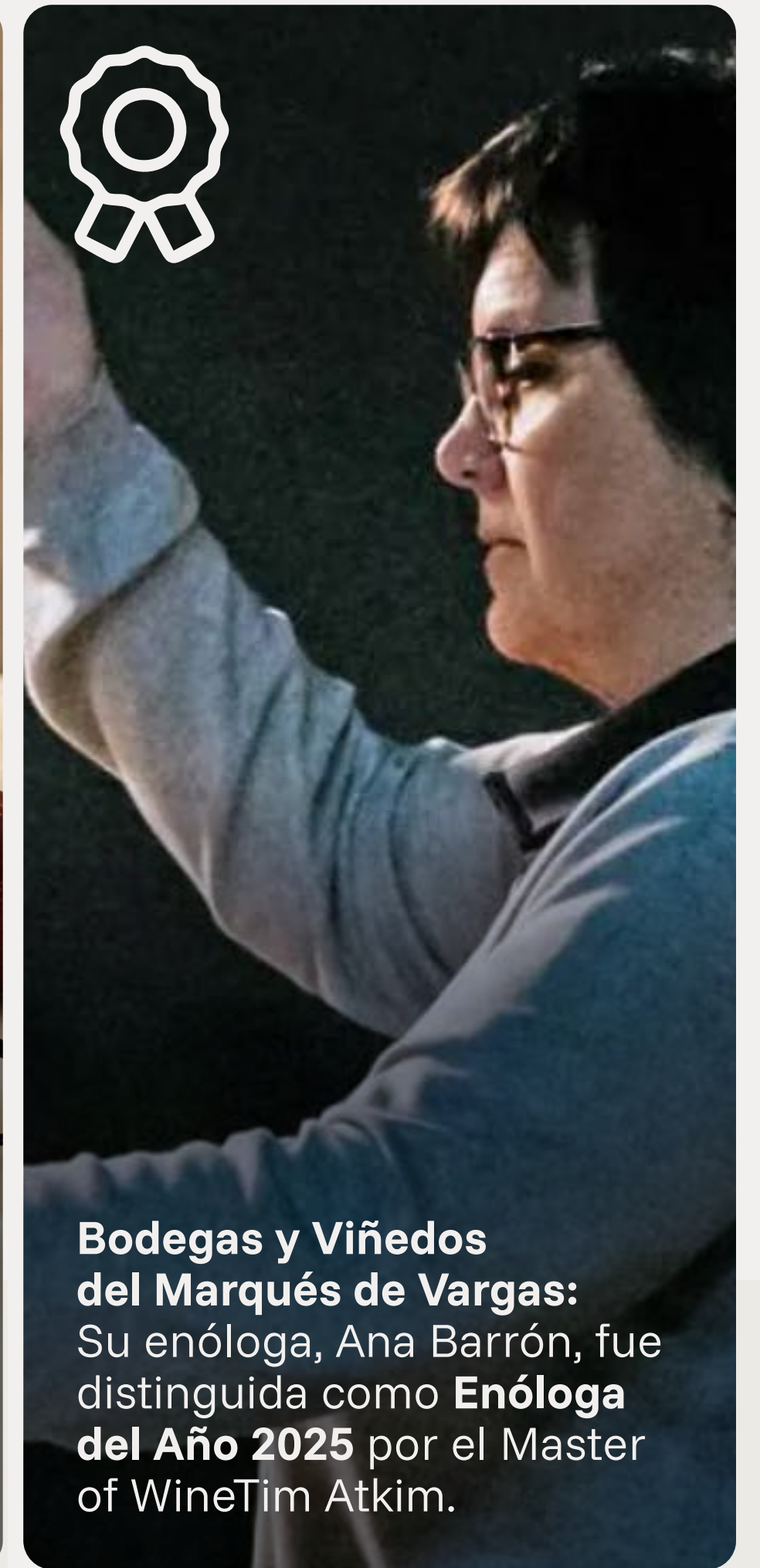
Bollinger:
Revalida el **Royal Warrant** de su Majestad el Rey de Inglaterra.



Bodegas y Viñedos del Marqués de Vargas:
Su enóloga, Ana Barrón, fue distinguida como **Enóloga del Año 2025** por el Master of Wine Tim Atkim.



Ron Barceló:
Premio ORO en categoría Rones Ultra Premium The Rum & Cachaça Masters (The Spirit Business).
Premio ORO en categoría de rones oscuros de alto envejecimiento del San Francisco World Spirit Competition.



Aliados de *Nuestro Entorno* (I)

Varma se centra en generar un impacto positivo en el entorno donde opera, creyendo firmemente en el poder de la colaboración y la innovación para construir una sociedad más justa y equitativa.



Desde 2013, la Fundación AFD Ron Barceló

trabaja en República Dominicana con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las comunidades más vulnerables.

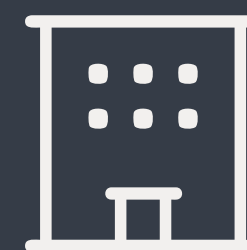
Programa Filantrópico Construyendo Futuro



Se ha llevado a cabo el Programa filantrópico **Construyendo Futuro**,

una iniciativa orientada a dar **visibilidad** y apoyo a las enfermedades raras, con especial atención a la enfermedad de Wilson.

Desarrollo de Proyectos Sociales



En este ejercicio, Varma ha apoyado a ocho asociaciones en el desarrollo de proyectos sociales, con una inversión total superior a 33.000 euros.

Destaca especialmente el **apoyo a fundaciones** cuya misión es ayudar a adultos y niños con **enfermedades raras**, como son el ELA y la esclerosis múltiple.

Aliados de *Nuestro Entorno* (II)

Varma contribuye positivamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030.



Impacto Directo
en los Objetivos:



Comprometidos con el Sector

Varma reafirma su compromiso con el sector a través de una participación activa y estratégica en diversas asociaciones sectoriales.

Estas alianzas permiten un flujo constante de conocimiento sobre normativas, tendencias del mercado y posicionamiento competitivo. En tres de estas asociaciones, Teresa Martín de la Mata, presidenta de Varma, pertenece a la Junta Directiva.



VARMA 
1942



www.varma.com

