vinetur

Zamora Company eleva un 6,1% su resultado neto tras cerrar 2025 con 46,9 millones de beneficio

La compañía redujo su deuda un 22,1% hasta 17,9 millones y situó el negocio internacional en el 54,4%

martes 7 de julio de 2026



Zamora Company ha aprobado en Junta General de Accionistas las cuentas anuales consolidadas de 2025 con una mejora de la rentabilidad y una reducción de la deuda. La compañía, propietaria de marcas como Licor 43, Ramón Bilbao y Martin Miller’s Gin, cerró el ejercicio con un EBITDA de 46,9 millones de euros y un beneficio neto de 20,7

millones, un 6,1% más, según informa el grupo.

La empresa también rebajó su deuda un 22,1% hasta situarla en 17,9 millones de euros. Zamora Company atribuye esta evolución a las medidas de eficiencia operativa aplicadas, a la disciplina financiera y a una gestión que define como rigurosa.

La mejora se apoya además en la evolución acumulada de los últimos cinco años. La compañía señala que su beneficio neto ha aumentado un 25,4% desde 2021, al pasar de 16,5 millones de euros a 20,7 millones en 2025.

Javier Pijoan, consejero delegado de Zamora Company, afirma que la empresa ha seguido avanzando en eficiencia y agilidad organizativa y que ha consolidado un modelo operativo internacional orientado a aprovechar las oportunidades del sector. A su juicio, la mejora del beneficio neto refleja la capacidad de adaptación de la compañía y la solidez de su estrategia a largo plazo.

En el plano corporativo, 2025 estuvo marcado por la incorporación de Bodegas Godeval al negocio vinícola del grupo. Zamora Company explica que esta operación refuerza su presencia en Galicia y su posición en la variedad godello dentro del segmento de vinos blancos premium. La adquisición se financió íntegramente con recursos propios.

La compañía también amplió su actividad de distribución al convertirse en distribuidor exclusivo de Tito’s Vodka en España, Andorra y Gibraltar. Con este movimiento, el grupo refuerza su cartera premium y su presencia en categorías y mercados que considera prioritarios en Iberia.

A estas operaciones se añaden otras marcas distribuidas por la empresa en los dos últimos ejercicios. Entre ellas figuran Ron Abuelo, tequila Buen Amigo y los espumosos Bottega Gold y Bottega 0,0. Zamora Company enmarca estas incorporaciones en su apuesta por categorías de espirituosos con mayor proyección.

Pijoan sostiene que la empresa ha reforzado de forma decidida su apuesta por categorías con potencial y con un posicionamiento premium claro. El directivo añade que el objetivo es construir una cartera sólida e innovadora, alineada con las oportunidades de los mercados y categorías con mayor recorrido.

Por áreas de negocio, el mercado internacional representó el 54,4% de la actividad de Zamora Company en 2025, frente al 45,6% del mercado doméstico. Tras España, los principales mercados por ingresos fueron Estados Unidos, Alemania, Países Bajos, México y Brasil.

En la composición de las ventas, los espirituosos concentraron el 61% del total, mientras que las marcas de vino supusieron el 39%. Por enseñas, Licor 43 aportó el 42,5% de los ingresos de la compañía. A continuación se situaron Ramón Bilbao, con el 29,6%; Mar de Frades, con el 6,9%; Villa Massa, con el 5,5%; y Martin Miller’s Gin, con el 4,3%.

Pese a la mejora del beneficio y del balance, la cifra de negocio retrocedió. Zamora Company alcanzó un importe neto de la cifra de negocio de 255 millones de euros en 2025, un 2% menos que en el ejercicio anterior.

La empresa sitúa este resultado en un entorno marcado por la desaceleración del consumo a escala internacional, los cambios en los hábitos de los consumidores y la incertidumbre geopolítica. También cita el aumento de los gastos de producción y distribución y el impacto del cambio climático, con temperaturas extremas que afectan a la calidad y la cantidad de las cosechas.

José María de Santiago, presidente de Zamora Company, sostiene que el sector atraviesa una transformación que obliga a mantener una visión a largo plazo y una gestión responsable y eficiente. En su opinión, el cambio estructural en los hábitos de consumo está empujando a rediseñar el sector.

Zamora Company es una empresa española de capital 100% familiar dedicada a la elaboración y comercialización de vinos y espirituosos de alto valor añadido. Tiene presencia en más de 80 países, cuenta con más de 580 empleados y dispone de plantas de producción en España, Italia y Estados Unidos.