

ALTADIS

AN IMPERIAL BRANDS COMPANY

Estado de Información No Financiera del ejercicio 2020

ALTADIS

AN IMPERIAL BRANDS COMPANY

ALTADIS, S.A. (Sociedad Unipersonal)

Estado de Información No Financiera del ejercicio 2020

ÍNDICE

INFORME DE AUDITORÍA RELATIVO AL ESTADO DE LA INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO (Art. 49 del Código de Comercio)

Correspondiente al ejercicio económico finalizado el 30 de septiembre de 2020
y que forma parte del Informe de Gestión de Altadis.pag. 04

1.- SOBRE LA COMPAÑÍA..... pags. 09 a 19

- 1.1 Organización y Estructurapag. 10
- 1.2 Perfil de la Compañíapag. 10
- 1.3 Misión, visión y valorespag. 12
- 1.4 Entorno, modelo de negocio y estrategiapag. 14
- 1.5 Políticaspag. 17
- 1.6 Análisis de materialidadpag. 18

2.- GESTIÓN ÉTICA Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO..... pags. 21 a 35

- 2.1 Lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitalespag. 22
- 2.2 Respeto a los Derechos Humanospag. 23
- 2.3 Gestión de Riesgos no financierospag. 26

3.- GESTIÓN ECONÓMICA Y TRANSPARENCIA FISCAL..... pags. 37 a 38

- 3.1 Beneficio antes de impuestos país por paíspag. 38
- 3.2 Fiscalidad Responsablepag. 38
- 3.3 Ayudas recibidas de la Administración Públicapag. 38

4.- GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS pags. 39 a 60

- 4.1 Igualdad y Accesibilidad en la Compañíapag. 40
- 4.2 Perfil de la Plantillapag. 45
- 4.3 Remuneraciónpag. 48
- 4.4 Organización del trabajo y políticas de flexibilidadpag. 49
- 4.5 Condiciones de Salud y Seguridad Laboralpag. 51
- 4.6 Relaciones y Diálogo Socialpag. 54
- 4.7 Política y gestión de la formación de la plantillapag. 56
- 4.8 Implantación de políticas de desconexión laboralpag. 60

5.- GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL pags. 61 a 74

- 5.1 Enfoque de la Compañíapag. 62
- 5.2 Uso sostenible de los recursospag. 65
- 5.3 Lucha contra el cambio climáticopag. 68
- 5.4 Contaminación Atmosféricapag. 70
- 5.5 Contaminación Acústica y Lumínicapag. 71
- 5.6 Economía circular y prevención y gestión de residuospag. 71
- 5.7 Protección de la Biodiversidadpag. 74

6.- GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO..... pags. 75 a 78

7.- COMPROMISO SOCIAL pags. 79 a 93

- 7.1 Compromiso con el desarrollo sosteniblepag. 80
- 7.2 Gestión responsable del consumidorpag. 82

INFORME DE AUDITORÍA RELATIVO AL ESTADO DE LA INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

(Art. 49 del Código de Comercio)
correspondiente al ejercicio económico
finalizado el 30 de septiembre de 2020
y que forma parte del Informe
de Gestión de Altadis.



Informe de verificación independiente

Al accionista único de Altadis, S.A. (Sociedad Unipersonal):

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 30 de septiembre de 2020, de Altadis, S.A.U. (en adelante Altadis o la entidad) que forma parte del Informe de Gestión de Altadis.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la tabla "Requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad" incluida en el EINF adjunto.

Responsabilidad de los administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión de Altadis, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de Altadis. 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 "Requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad", 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 Altadis 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 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.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Torre PwC, Pº de la Castellana 259 B, 28046 Madrid, España
Tel.: +34 915 684 400 / +34 902 021 111, Fax: +34 915 685 400, www.pwc.es

R. M. Madrid, hoja 87.250-1, folio 75, tomo 9.267, libro 8.054, sección 3ª
Inscrita en el R.O.A.C. con el número 50242 - CIF: B-79 031290

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

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 que se refiere exclusivamente al ejercicio 2020. 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 y 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 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 proporcionada es también menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la dirección, así como a las diversas unidades de Altadis 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 de Altadis 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 2020 en función del análisis de materialidad realizado por Altadis y descrito en el apartado 1.6 "Análisis de Materialidad", considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2020.
- 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 2020.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2020 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 de la entidad.

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 Altadis correspondiente al ejercicio anual finalizado el 30 de septiembre de 2020 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 de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad", 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.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.



Ramón Abella Rubio

21 de diciembre de 2020

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

PRICEWATERHOUSECOOPERS
AUDITORES, S.L.

2020 Num. 01/20/11886
30,00 EUR

SELLO CORPORATIVO:
Informe sobre trabajos distintos
a la auditoría de cuentas

El Consejo de Administración de Altadis, S.A.U. (en adelante “la Sociedad”) formula el presente Estado de Información No Financiera (EINF) de conformidad con los requisitos establecidos en la ley 11/2018, de 28 de diciembre de 2018, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

En su elaboración también se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. Asimismo, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (Estándares GRI).

El perímetro de delimitación de este EINF se circunscribe exclusivamente al perímetro de actividad de la Sociedad, sin considerar otras compañías del Grupo.

1 SOBRE LA COMPAÑÍA

ALTADIS
AN IMPERIAL BRANDS COMPANY

- 1.1 Organización y Estructura
- 1.2 Perfil de la Compañía
- 1.3 Misión, visión y valores
- 1.4 Entorno, modelo de negocio y estrategia
- 1.5 Políticas
- 1.6 Análisis de materialidad

1.1. Organización y estructura

Altadis, S.A.U. es una Sociedad Anónima Unipersonal que se encuentra integrada en un grupo de sociedades en los términos del art. 42 del Código de Comercio cuya cabecera es Imperial Tobacco España, S.L.U., que posee el 100% de las acciones de la Sociedad. La sociedad dominante es Imperial Brands, PLC que tiene su domicilio social en Winterstoke Road, Bristol BS3 2LL (Reino Unido).

1.2. Perfil de la Compañía

Altadis es una empresa del sector del tabaco en España, que cuenta con un centro industrial en territorio nacional.

Las actividades principales de la Sociedad son la fabricación de cigarros mecanizados para diversos mercados europeos y la comercialización en Península, Baleares, Ceuta y Melilla de cigarrillos, cigarros mecanizados y picaduras de liar. Cuenta con una cartera de productos y marcas

muy reconocidas en el mercado español, destacando entre otras:

- **Cigarrillos rubios:** Fortuna, Nobel, Ducados Rubio, West, JPS, News, Davidoff.

- **Cigarrillos negros:** Ducados, BN, Herencia.

- **Cigarros mecanizados:** Farias, Entrefinos, Dux, Ducados Rubio, West, Coburn.

- **Picaduras de Liar:** Golden Virginia, Ducados Rubio, Horizon, Orígenes, Fortuna, JPS, West.

La Sociedad dispone de una fábrica ubicada en Entrambasaguas (Cantabria), donde se localiza la producción de cigarros mecanizados para los mercados europeos. Además, la distribución de sus productos en el mercado español se canaliza a través de la sociedad Compañía Distribución Integral Logista, S.A.U. de quien posee un 50%.



Los principales indicadores relativos al negocio y la actividad de la compañía son los siguientes:

(millones de euros)

	Ejercicio 2020	Ejercicio 2019	Ejercicio 2018
Importe neto de la cifra de negocios:			
a) Mercados:			
España	336	361	385
Andorra	24	28	29
Reino Unido	17	20	30
Alemania	3	26	17
Francia	6	9	10
Otros países	12	9	5
Total	398	453	476
b) Productos y servicios			
Cigarrillos y picaduras	332	367	386
Cigarros mecanizados	54	67	64
Otros	12	19	26
Total	398	453	476
Activos totales	3.347	3.300	3.198
Patrimonio neto	3.017	2.760	2.442

Asimismo, a 30 de septiembre de 2020, Altadis S.A.U. mantiene participaciones directas en las siguientes sociedades:

(millones de euros)

	%Participación	Domicilio	Actividad
Compañía Distribución Integral Logista Holdings, S.A	50%	España	Distribución y servicios
Société Marocaine des Tabacs, S.A.	100%	Marruecos	Tabaco y Servicios
Altadis Canarias, S.A. U.	100%	España	Tabaco y Servicios
Urex Inversiones, S.A.	100%	España	Sociedad de cartera
Tabacalera de García, S.A.S.	100%	Francia	Sociedad de cartera
La Flor de Copán Honduras, S.A.	100%	Honduras	Sociedad de cartera
Imperial Tobacco Holdings International. B.V.	10%	Holanda	Sociedad de cartera
Imperial Brands Holdings International. B.V.	10%	Holanda	Sociedad de cartera
Tabacalera de García Dominicana, S.A.S	99%	República Dominicana	Sociedad de cartera



1.3. Misión, visión y valores

El propósito de la Sociedad se enmarca dentro del general del Grupo Imperial Brands al que pertenece, éste es, contar con una cartera de productos de tabaco de alta calidad para ser consumidos por fumadores adultos.

Los valores que le definen como compañía se centran en actuar responsablemente y con integridad para lograr una actividad económica rentable y sostenible. Estos valores comunes a todas las compañías del Grupo Imperial se traducen en Altadis en una forma de trabajar que denota colaboración y mejora continua, asumiendo siempre responsabilidades y aprovechando al máximo cada oportunidad. Se trata de trabajar asumiendo en el día a día, los siguientes principios:

- Mentalidad positiva que nos lleve al éxito como compañía: **We Can**
- Ser capaces de detectar oportunidades que con nuestro compromiso se hagan realidad: **I Own**
- Esfuerzo por superar las expectativas, viendo los retos de forma tal que los convirtamos en oportunidades: **We Surprise**
- Posibilidad de trabajar siendo uno mismo como parte de una gran compañía: **I Am**
- Motivación ante el desafío: **We Enjoy**
- Sentido de pertenencia a la compañía: **I Engage**

Los valores de Altadis y su Código de Conducta son parte esencial del marco de responsabilidad corporativa y reflejan los comportamientos que la Compañía espera de todos sus trabajadores y socios comerciales.

Este marco de responsabilidad corporativa se articula sobre la base de cuatro pilares fundamentales:

- **Responsabilidad con los productos.**
- **Lugar de trabajo gratificante.**
- **Respeto por los recursos naturales.**
- **Reinversión en la sociedad**

Ser responsables con los productos consiste en satisfacer las necesidades de los clientes y reconocer que los productos del tabaco están destinados exclusivamente a consumidores adultos. Los adultos deben estar informados sobre los riesgos para la salud que puede provocar fumar, cuando tomen la decisión de hacerlo. Los menores de edad nunca deben tener acceso a productos del tabaco y para Altadis esta

es una prioridad. Los estándares internacionales de marketing publicados por el Grupo Imperial Brands, y que aplican a Altadis, establecen reglas y principios muy claros para asegurar que las actividades de promoción se realizan conformes con el ordenamiento jurídico y están destinadas exclusivamente a fumadores adultos.

Un segundo pilar para Altadis es crear un lugar de trabajo seguro e inspirador para sus trabajadores, apoyándoles en sus aspiraciones de crecimiento profesional y propiciando el desarrollo del talento y capacidades. Los trabajadores proceden de muy diversos orígenes en cuanto a formación, nacionalidad y cultura, generando un entorno de trabajo idóneo para la aportación de nuevas ideas y fomentando la diversidad en la organización. Asimismo, el bienestar de los empleados constituye una de las máximas prioridades de la Compañía. En este sentido, mantener una cultura de altos estándares en materia de salud, seguridad e higiene en el trabajo, reducción de accidentes, protección de los activos de la Compañía y el logro de un lugar de trabajo funcional y productivo son las claves de este bienestar.



Altadis, como productor y comercializador responsable de productos del tabaco, tiene como referente el respeto de los recursos naturales que emplea y busca reducir su impacto medioambiental. Para ello, la Compañía trata de minimizar los residuos generados por su actividad, con especial atención al reciclado, y mejorar su nivel de eficiencia energética.

La Sociedad trabaja en hacer contribuciones positivas a la sociedad, no solo en materia de creación de riqueza y de mantenimiento o generación de empleo, sino también constituyéndose en un miembro activo de la comunidad de la que forma parte. Cabe destacar, en este ámbito, el fuerte compromiso de Altadis con el campo español, que le convierte en el principal comprador del tabaco que se cultiva y procesa en territorio nacional, mayoritariamente en Extremadura, o su lucha por reducir el comercio ilícito de tabaco que tanto daño hace a la sociedad.

1.4. Entorno, modelo de negocio y estrategia

Regulación

Los productos del tabaco en España se encuentran fuertemente regulados. De manera resumida, cabe destacar como principales, las siguientes normativas:

Regulaciones en materia de Publicidad y Consumo de productos del tabaco.

Regulaciones sobre el etiquetado de los productos del tabaco (advertencias sanitarias, fotografías y leyenda de menores, entre otros).

Regulaciones de carácter tributario y aduanero (impuestos especiales sobre las labores del tabaco y regímenes arancelarios).

Regulaciones sobre la ordenación del mercado del tabaco, en todas sus fases.

Regulaciones estatales y autonómicas sobre lugares de venta y consumo de los productos del tabaco.

Regulaciones sobre autenticación y trazabilidad de los productos del tabaco.

De esta breve enumeración, resulta evidente que este sector de actividad se encuentra intensamente regulado. Es importante destacar que el funcionamiento del mercado del tabaco cuenta con normativa específica y con un órgano de control exclusivo: el Comisionado para el Mercado de Tabacos, adscrito a la Subsecretaría del Ministerio de Hacienda y encargado de velar por el buen funcionamiento del mercado.

Cadena de valor

La cadena de valor del tabaco, desde el cultivo hasta el punto de venta, genera un impacto económico de 2.800 millones de euros⁽¹⁾ de Valor Añadido Bruto (VAB) en la economía española, lo que representa el 0,23% respecto del total del PIB nacional. Solo el comercio minorista, compuesto por la red de 12.928 expendedurías y los 145.000 puntos de venta con recargo⁽²⁾ contribuyen a la venta de tabaco por un valor agregado de 11.865 millones de euros⁽¹⁾ en 2019.

En términos de empleo, la cadena de valor del tabaco mantiene cerca de 43.000 puestos de trabajo, incluyendo directos, indirectos e inducidos, de los que un 76% se concentra en las actividades de fabricación y distribución minorista. En concreto, los 12.928 estancos existentes en España aportan un total de 23.650 empleos⁽¹⁾ dentro del sector del tabaco.

Recaudación fiscal

Tras los hidrocarburos, las labores del tabaco son los productos sujetos a impuestos especiales que más contribuyen a la recaudación fiscal en España, con cerca de 9.100 millones de euros, lo que les convierte en la quinta fuente de ingresos del Estado. Además, los cigarrillos son los productos de consumo con mayor incidencia fiscal (próxima al 77%), muy por encima de los hidrocarburos, que se sitúa en el 50%⁽¹⁾.

Los impuestos sobre las labores del tabaco cumplen, al igual que el resto de los impuestos especiales, con un doble objetivo desde el punto de vista de la Hacienda Pública. Por un lado, se utilizan con fines recaudatorios y por otro, se persigue penalizar el consumo de determinados bienes, en este caso, el tabaco, al considerarse bienes que generan externalidades negativas.

En este sentido, Altadis considera que la Administración tributaria debe aplicar una política fiscal que le permita perseguir sus objetivos sanitarios y recaudatorios, sin olvidar que existen determinadas variables como el precio, el desempleo y el comercio ilícito, que pueden hacer que los objetivos fijados se vuelvan inalcanzables.

Es fundamental que los gobiernos tengan en cuenta la elasticidad sobre el precio de los productos del tabaco y sobre la renta, a la hora de tomar decisiones de

política fiscal, ya que lejos de tratarse de bienes de demanda inelástica, la realidad muestra cómo son bienes muy sensibles a los cambios de precios y a la evolución de la renta de los fumadores. Esta sensibilidad se hace aún mayor en función del momento en el que se encuentre la economía (expansión o recesión económica) y de la localización geográfica española, muy próxima a mercados donde el precio del tabaco es menor.

El comercio ilícito de tabaco

El comercio ilícito de cigarrillos en España supuso el 8,3% del consumo total de cigarrillos, en su mayoría procedente de Gibraltar. Se trata de la cifra más baja de los últimos nueve años, gracias principalmente a la intensa actividad de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y de la Agencia Estatal de Administración Tributaria. Estos datos proceden de la Encuesta de Paquetes Vacíos ("Empty Pack Survey"), elaborada por la consultora Ipsos en el segundo semestre de 2019. La comunidad autónoma que presenta una mayor prevalencia del comercio ilícito de tabaco es Andalucía, alcanzando en torno al 30%¹ del consumo total de cigarrillos en la región en el segundo semestre de 2019, según los últimos datos publicados.

Cultivo de hoja de tabaco

En 2019, España produjo 29.687 toneladas⁽¹⁾ de hoja de tabaco. Extremadura concentra el 98% de la producción y de la superficie total cultivada en España, siendo la mayor región productora de toda Europa. Supone el 2,4% de su producción agraria y el 5% de su producción vegetal. España se consolida así como el tercer productor europeo de hoja de tabaco, con una cuota del 15% del total⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Fuente: Informe para la Mesa del Tabaco (KPMG)

⁽²⁾ Fuente: Manual de Acogida del Estanquero (Comisionado para el Mercado de Tabacos)

• Evolución del mercado

El mercado español (excluyendo Canarias) de cigarrillos, cigarros y picaduras de liar se ha mostrado estable en los dos últimos ejercicios, como consecuencia de la no aplicación de una agresiva política fiscal y de la situación económica que ha hecho que muchos

consumidores vuelvan al punto legal de venta, al haberse reducido el desempleo, con el consiguiente aumento de la renta disponible de los fumadores.

En concreto, la evolución del mercado español de los volúmenes de cigarrillos, cigarros y picaduras de liar en los últimos ejercicios ha sido la siguiente:

Evolución del mercado español (excepto Canarias)	Ejercicio 2020	Var.	Ejercicio 2019	Var.	Ejercicio 2018
Cigarrillos Rubios (mn cigarrillos)	40.168	(-6,18%)	42.817	0,9%	42.409
Cigarrillos Negros (mn cigarrillos)	1.918	(-6,03%)	2.041	(-7,8)%	2.214
Picaduras de liar (toneladas)	6.196	(-3,06%)	6.012	3,4%	5.812
Cigarros (mn cigarros)	1.928	(-4,13%)	2.011	(-2,3)%	2.073

No obstante, cabe mencionar el efecto que el COVID-19 y las consecuentes restricciones en materia de movilidad han tenido en la actividad de Altadis. La menor llegada de turistas a España, el principal mercado de la Compañía, ha provocado una caída de ventas de las distintas labores del tabaco.

Modelo de negocio

Altadis tiene un modelo de crecimiento: el "Market Repeatable Model" (Modelo de Mercado Replicable) para el tabaco. La aplicación de este modelo al mercado español y a las marcas de la Compañía es clave para lograr un crecimiento de calidad.

La metodología "Market Repeatable Model" que se utiliza en todo el Grupo Imperial, adaptada a cada mercado, se basa en seis pilares:

• Estrategia de marcas optimizada para cada mercado:

El modelo de negocio comienza con una estrategia de marcas optimizada para cada mercado, que se construye sobre la base de un número óptimo de marcas y de productos individuales que están alineados con las necesidades de los consumidores. Los activos más valiosos son las conocidas como Marcas Locales, las cuales se centran en su desarrollo para generar un crecimiento de calidad.

• Inversión sostenible en las marcas:

Una cartera de marcas optimizada para cada mercado posibilita una política de inversión más eficiente, ya que aclara y facilita la priorización de la inversión.

• Estrategia de precios idónea:

El tercer elemento del modelo se refiere al precio de los productos de la Compañía. Altadis se asegura de desarrollar y aplicar una estrategia de precios consistente con su cartera de marcas y se mantiene permanentemente alerta para garantizar que el precio de sus productos es en todo momento competitivo.

• Asegurar permanentemente un surtido mínimo de nuestras marcas clave en todos los puntos de venta:

Este aspecto es fundamental para fidelizar al consumidor y para cumplir con la obligación legal que tienen los expendedores de garantizar que en todos los estancos los fumadores puedan encontrar sus marcas más demandadas. Altadis se compromete a que sus marcas clave estén disponibles en los puntos de venta adecuados en todo momento. La simplificación de su cartera de marcas facilita este objetivo.

• Adaptar soluciones al punto de venta:

En un entorno regulatorio muy restringido y en constante evolución, los puntos de venta constituyen un elemento importante de la experiencia del consumidor, y por tanto, se les presta la correspondiente atención, aunque siempre dentro de los límites y bajo un cumplimiento riguroso de la regulación aplicable.

• Aprendizaje honesto y riguroso:

El elemento final de este modelo de negocio es la mejora continua derivada de un aprendizaje honesto y riguroso. La Compañía mide sus resultados de acuerdo con unas métricas comunes y los aprendizajes se comparten con otros mercados del Grupo Imperial Brands. De este modo, se asegura la constante mejora y optimización del modelo.

1.5. Políticas

Altadis dispone de una serie de políticas respecto a diversos ámbitos que atañen al Grupo, como la seguridad y formación de los empleados, o el desarrollo sostenible. A continuación, se enumeran las principales políticas:

- 1) Política Ambiental
- 2) Política de Teletrabajo
- 3) Política de Prevención de Riesgos Laborales
- 4) Política de Formación y Aprendizaje
- 5) Convenio Colectivo Altadis
- 6) Protocolo para la Prevención del Acoso
- 7) Política de Igualdad
- 8) Código de Conducta
- 9) Política de Compras
- 10) Código de Proveedores
- 11) Programa de Tabaco Sostenible
- 12) Política sobre Suministro de Productos
- 13) Política de Derechos Humanos
- 14) Política contra el Soborno y la Corrupción
- 15) Política de calidad y seguridad de los productos



1.6. Análisis de materialidad

La Compañía ha realizado un análisis de materialidad con el fin de determinar y priorizar aquellos aspectos más relevantes para su sostenibilidad, tanto desde el punto de vista interno de la Compañía como para sus principales grupos de interés (empleados, accionistas, administraciones públicas, interlocutores sociales...). Para hacer este análisis se han realizado grupos de trabajo y entrevistas informales con los responsables de las principales áreas de la Compañía. Como resultado del mismo, se han considerado como “materiales” aspectos relacionados con el cumplimiento de las leyes y diferentes normativas que afectan a la industria del tabaco, el comercio ilícito, la ejecución de prácticas de marketing responsables, el impacto en la salud de los productos de Altadis, el bienestar de sus empleados y la

atracción de talento, así como la reputación de la Compañía.

Para la realización de este estudio se ha elaborado una lista preliminar de asuntos identificados como más significativos y posteriormente se ha procedido a su priorización en función de la importancia de los impactos económicos, sociales y ambientales, los riesgos y oportunidades, el desempeño a largo plazo y la influencia sobre la competitividad, entre otros. Es importante tener en cuenta que la priorización de los aspectos materiales se realiza, teniendo en cuenta que el mercado en el que operamos es un país plenamente desarrollado.

A continuación, se detallan los aspectos materiales para Altadis, resultantes del análisis indicado:

RELEVANCIA ALTA

	PROMEDIO
• Cumplimiento obligaciones financieras, tributarias y contables	8,95
• Respeto a las leyes y a la normativa vigente en el sector	8,48
• Prácticas de marketing responsables	8,29
• Comercio ilícito de tabaco	8,1
• Imagen y reputación corporativa	8

RELEVANCIA MEDIA

• Atracción del talento y retención	7,71
• Lucha contra la corrupción, fraude y soborno	7,71
• Diversidad, inclusión e igualdad	7,71
• Seguridad, bienestar y salud de los empleados	7,57
• Impacto en las comunidades locales (apoyo al sector la agricultura)	7,57
• Respeto a los derechos humanos	7,52
• Políticas de conciliación	7,48
• Política de compensación acorde con competencias y capacidades	7,48
• Protección de datos y privacidad	7,33
• Apuesta por el empleo justo, estable y de calidad	7,14
• Impacto en la salud de los productos	6,71
• Tecnología y gestión del conocimiento	6,67
• Información sobre seguridad y calidad de los productos	6,52
• Formación a los empleados	6,48
• Gestión y reciclaje de residuos	6,14

RELEVANCIA BAJA

• Compromiso con la investigación	5,76
• Medio ambiente, desarrollo sostenible y ahorro energético	5,67
• Lucha contra el cambio climático	5,24

Los aspectos relacionados con el desperdicio de alimentos, la contaminación lumínica y la contaminación por ruido se consideran no materiales dada la actividad de la Sociedad.

2 **GESTIÓN ÉTICA Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO**



2.1 Lucha contra la corrupción,
el soborno y el blanqueo de capitales

2.2 Respeto a los Derechos Humanos

2.3 Gestión de Riesgos no financieros

2.1. Lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales

Altadis tiene tolerancia cero ante el soborno y la corrupción, y así lo refleja en su Código de Conducta de Negocio, dedicando una serie de capítulos en exclusiva a estas materias. Además del Código de Conducta, Altadis aplica su Política de Lucha contra el Soborno y la Corrupción a todos los empleados y directivos de Altadis, incluyendo a trabajadores temporales. Los distribuidores, clientes, proveedores y socios de Altadis también deben operar de acuerdo con las normas de esta política. En este sentido, cualquier empleado que infrinja la Política de Lucha contra el Soborno y la Corrupción u oculte información sobre una infracción será sometido a procedimientos disciplinarios, pudiendo comunicar dicho comportamiento a las autoridades pertinentes.

El soborno no tiene por qué implicar dinero o la realización de un pago real, sino que puede manifestarse de muchas formas. A la hora de dar o recibir obsequios o actividades de ocio, los empleados de Altadis deben asegurarse de que hacerlo no puede tergiversar su relación empresarial, crear un conflicto de intereses o ser interpretado como un soborno. Por tanto, las personas sometidas a la Política de Lucha contra el Soborno y la Corrupción no podrán ofrecer, prometer o dar dinero ni nada de valor (incluidos beneficios financieros o de otro tipo), ni directa ni indirectamente, a otro individuo, con el fin de influir en dicha persona para que actúe indebidamente o para recompensar dicha conducta inadecuada.

Altadis tiene también una Política de Obsequios y Actividades de Ocio que puede consultarse en el Código de Conducta.

Los obsequios y las actividades de ocio tienen que ser modestos y apropiados, y deben tener un propósito justificable para la actividad comercial de la Sociedad. Cualquier obsequio u hospitalidad recibida que supere los 60 euros debe ser autorizado por escrito por un superior y debe registrarse en una plataforma llamada "Registro de Obsequios y Actividades de Ocio". El registro de los regalos es de gran importancia, ya que garantiza que se pueda demostrar que todos los regalos están en sintonía con la actividad de negocio. El valor máximo aceptable para los trabajadores de Altadis por regalo o invitación es de 280 euros. Este límite se refiere a un solo regalo o invitación o a la suma de varios obsequios, tanto enviados o recibidos por/para la misma persona.

Altadis es indirectamente responsable de las acciones de un tercero (por ej. un distribuidor, consultor, proveedor...), bien porque actúa en su nombre, o porque utiliza a la Compañía para blanquear su dinero. Por tanto, los empleados no deben contratar a ningún tercero del que tengan sospechas en materia de soborno en representación de Altadis o del que desconozcan el origen de su dinero. En este sentido, con el objetivo de realizar negocios únicamente con terceros fiables, cuando Altadis procede a firmar un contrato con un tercero o dar de alta a un proveedor, éstos están obligados a firmar el Código de Conducta de Negocio y aportar un certificado de titularidad de su cuenta bancaria para confirmar el destino y procedencia del dinero.

Con todas estas actuaciones, Altadis obtiene de sus grupos de interés el compromiso de que actuarán y defenderán prácticas empresariales éticas y equivalentes a las establecidas en su propio Código de Conducta.

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

Altadis tiene firmado un acuerdo de colaboración con la Fundación del Teatro Real, dado que la Compañía tiene entre sus objetivos, además de actividades sociales, el apoyo a la cultura, y por ello desea colaborar con los fines fundacionales del Teatro Real, que se centran en la programación y gestión de actividades musicales, líricas y coreográficas en sus sedes. A tales efectos, Altadis realizó una aportación por la cantidad de 66.147,20 euros en el último ejercicio, un importe que se corresponde con el desembolso realizado a dicho beneficiario en el año fiscal 2019.



2.2. Respeto a los Derechos Humanos

Como empresa responsable, Altadis cumple con toda la legislación laboral vigente y de respeto a la carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea y los principios de los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (en adelante, "OIT"). Además, Altadis cuenta con su propio Convenio Colectivo, que tiene especial cautela en no vulnerar en ningún caso los Derechos Humanos de los trabajadores.

El respeto por los Derechos Humanos es importante para el personal de Altadis, su reputación externa, la sostenibilidad de su cadena de suministro y su licencia para operar en el mercado. Como tal, el

compromiso de Altadis en respetar los Derechos Humanos se ve reflejado en el Código de Conducta y en un gran número de documentos y políticas internas para que las relaciones con terceros no vulneren estos derechos. Como referente en este sentido se encuentra la Política de Derechos Humanos, definida por el Grupo Imperial Brands y la cual tiene como objetivo respetar la dignidad, el bienestar y los Derechos Humanos de los directivos y empleados de Altadis (incluyendo el personal temporal contratado), los trabajadores de su cadena de suministro y las comunidades en las que opera.

La Compañía está muy comprometida en llevar a cabo su negocio de manera responsable y sostenible, asegurando que continúa gestionando y mitigando los riesgos de abusos contra los Derechos Humanos, tanto en sus operaciones directas e indirectas. Como medida de diligencia debida en cumplimiento con el compromiso de Imperial Brands por prevenir los riesgos de vulneración de los Derechos Humanos, en el año 2016 se contrató a un consultor externo (Maplecroft) para realizar una evaluación independiente del impacto y la gestión de los Derechos Humanos en el Grupo Imperial Brands (conocido como Human Rights Impact Assessment, "HRIA").

Como resultado de esta evaluación, se consideran los siguientes Derechos Humanos como los más relevantes para todas las filiales, siendo significativos en términos de capacidad de influencia:

Trabajo forzoso

Altadis no tolera ninguna forma de trabajo forzoso, incluida la trata de seres

humanos y la esclavitud. Ningún empleado, ya sea trabajador directo o indirecto, debe ser sometido a la esclavitud o al trabajo forzoso, restringiendo su libertad de movimiento, ni se le deben confiscar documentos personales. Todas las formas de intimidación, incluido el abuso físico/verbal y el acoso, son inaceptables en la Compañía.

El Grupo Imperial Brands, a través del documento “Modern Slavery Act Transparency Statement”, manifiesta su oposición a tales abusos y se compromete, al igual que todas sus filiales, entre ellas Altadis, a tomar una serie de medidas para prevenir que este tipo de conductas sucedan.

El compromiso de Imperial Brands con el respeto de los Derechos Humanos se extiende a su cadena de valor; todas las filiales deben cumplir con el Sustainable Tobacco Programme (en adelante, “STP”) en sus relaciones con proveedores de tabaco y agricultores, además de respetar el Código de Conducta. El STP define los estándares sociales, ambientales y económicos requeridos en el suministro de tabaco, desde los cultivos hasta las instalaciones y fábricas donde se procesan las hojas para elaborar cigarrillos/cigarros.

Los proveedores de la Compañía también están sujetos a auditorías presenciales por consultores independientes para garantizar que los principios del STP sobre Derechos Humanos son respetados. El personal que trabaja en el STP es muy crítico a la hora de respetar los Derechos Humanos y está alineado con los principios rectores de Naciones Unidas y los principios de la OIT. En el caso de que en el marco de

esas auditorías se detectara que un proveedor de tabaco no cumple con los estándares mínimos del STP, Altadis no contrataría a este proveedor.

Trabajo infantil

Altadis define el trabajo infantil como un trabajo que puede dañar el bienestar de los niños, obstaculizando su educación, desarrollo y futuro.

En todas las contrataciones, Altadis cumple con la normativa europea y nacional sobre trabajo de menores y así exige que hagan sus proveedores y colaboradores. Altadis también respeta escrupulosamente el artículo 6 del Estatuto de los Trabajadores, que prohíbe la admisión al trabajo a los menores de dieciséis años.

Los trabajadores menores de dieciocho años no podrán realizar trabajos nocturnos ni aquellas actividades o puestos de trabajo respecto a los que se establezcan limitaciones a su contratación, conforme a lo dispuesto en la Ley 31/1995 de 8 de noviembre de Prevención de Riesgos Laborales, y en las normas reglamentarias aplicables. Además, se prohíbe realizar horas extraordinarias a los menores de dieciocho años.

Conscientes de la importancia de que no haya contratación de menores en la cadena de suministro, Altadis exige a los proveedores de comunidades rurales que cumplan con el programa STP, además del Código de Conducta de la Compañía.

Por otra parte, como medio para crear conciencia a sus trabajadores sobre la importancia del respeto de los Derechos Humanos, Altadis pone a disposición de sus empleados una formación específica

NUESTRO CÓDIGO DE CONDUCTA



sobre Derechos Humanos y la Norma Internacional de Responsabilidad Social SA8000. La formación incluye algunos casos prácticos sobre circunstancias que suscitarían preocupaciones relacionadas con la esclavitud y la trata de personas.

Asimismo, en Altadis existen varias vías para que los empleados trasladen sus preocupaciones sobre el incumplimiento de Derechos Humanos. Pueden hacerlo directamente a través de su manager o jefe directo, o bien a través de su Business Partner o Director de Recursos Humanos. También se pone a disposición un canal de denuncias, denominado Whistleblowing, que permite a terceras partes y a empleados comunicar estas actuaciones contrarias al Código de Conducta, de forma confidencial y de buena fe, sin temor a represalias. Dicho canal de denuncias es accesible a través de:

- **Intranet corporativa:** “Speaking Up Policy”
- **E-mail:** speakup@impbrands.com
- **Teléfono:** 900 944401
- **Correo Postal:**
The Company Secretary
121 Winterstoke Road
Bristol
BS3 2LL, United Kingdom
Asunto: Personal

En el último año fiscal, al igual que en el ejercicio anterior, no se ha recibido ninguna denuncia relacionada con la discriminación o con la vulneración de Derechos Humanos.

Altadis trabaja intensamente para crear un entorno de trabajo que permita la igualdad de oportunidades, de forma que su personal trabaje en condiciones justas y seguras, independientemente de su origen, edad, raza, sexo y orientación sexual. Se valora la diversidad y se reconoce a los individuos por quienes son y sus contribuciones, sin ningún tipo de discriminación.

2.3. Gestión de Riesgos no financieros

El logro de los objetivos estratégicos de la Compañía se sustenta en una efectiva gestión de los riesgos del negocio. La capacidad de identificar, evaluar y actuar para mitigar riesgos materiales es un elemento clave del marco de gestión de riesgos de Altadis. Sin embargo, también se reconoce que ningún enfoque puede garantizar la identificación y mitigación de todos los riesgos.



Como parte del Grupo Imperial Brands, la gestión de riesgos en Altadis se enmarca en la evaluación de riesgos a nivel Grupo y, en todo caso, se encuentra alineada con la misma.

El Consejo de Administración es responsable en última instancia de gestionar los riesgos de la Compañía, aunque la gestión de riesgos es responsabilidad de todos los empleados. Con el objetivo de conocer y controlar los riesgos asociados a la actividad de Altadis y establecer medidas de respuesta para mitigarlos en la mayor medida posible, Altadis realiza un análisis informal de todas las informaciones que se transmiten sobre los aspectos asociados al seguimiento financiero, al de las operaciones y la estrategia, así como al cumplimiento normativo, promovido por el Consejo de Administración y la Alta Dirección.

La evaluación de los riesgos crea una perspectiva equilibrada e informada que



facilita la mejor asignación de recursos. Esta evaluación del riesgo se basa en opiniones de todo el negocio, que se revisan posteriormente por la Alta Dirección y el Consejo para asegurar una visión integral no solo operacional sino también estratégica de los riesgos de la Empresa.

Todos los riesgos principales identificados a través de este proceso informal de evaluación de riesgos podrían comprometer el logro de los objetivos estratégicos de la Compañía durante los próximos doce meses. Sin embargo, la Compañía también valora su posible impacto en un horizonte temporal más largo, de hasta de tres años.

Principales riesgos

Altadis opera en un mercado altamente competitivo y, por lo tanto, se enfrenta a riesgos comerciales generales propios del sector de los bienes de consumo.

A continuación, se destacan los principales riesgos específicos a los que se enfrenta la Compañía y se identifican las acciones

planteadas para gestionarlos y mitigarlos. No todos estos riesgos principales están bajo el control directo de Altadis, y la lista no ha de considerarse exhaustiva, ya que pueden surgir otros riesgos e incertidumbres en un entorno empresarial cambiante. Asimismo, existen riesgos tales como los relativos a la ciberseguridad o a los relacionados con la decisión del Reino Unido de salir de la Unión Europea (Brexit), que no se incluyen como riesgos principales sino que son considerados dentro de la evaluación de otros riesgos del negocio:

1) Cambios en el impuesto especial de las labores del tabaco.

Cambios adversos en el nivel o estructura del impuesto especial de las labores del tabaco ya que el Gobierno busca recaudar fondos públicos y utilizar el nivel de precios como medio de control del tabaco.

Impactos:

- El aumento del coste para el consumidor podría influir sobre las decisiones

de compra de los consumidores y reducir potencialmente las ventas de tabaco.

- Presión sobre la capacidad de la Compañía de lograr mejoras de rentabilidad por aumentos de precio.
- En caso de no ser posible transmitir al precio un aumento de los impuestos de cualquier naturaleza que graven los productos de Altadis, ello podría provocar una menor rentabilidad.

Mitigación:

- La Compañía dispone de expertos en la materia para prever y gestionar el impacto potencial de los cambios fiscales y alinear su cartera de productos de manera que se oferte una amplia gama de productos con los precios apropiados.
- Se dispone en el mercado de opciones de producto y precio apropiadas, enfocadas al consumidor.

2) Presión económica sobre el consumo.

Altadis opera en un mercado maduro. Un aumento de la incertidumbre en la economía podría influir en el comportamiento del consumidor.

Impactos:

- Un cambio material en las circunstancias económicas y/o del desempeño de la Compañía en el mercado puede afectar a sus beneficios futuros.
- Los impactos en el coste para el consumidor podrían propiciar una orientación del consumo hacia productos de

menor precio y menor rentabilidad, e incluso una expulsión del mercado legal.

- Una reducción en el tamaño del mercado de tabaco legítimo por causa de:
 - Menor gasto del consumidor.
 - Mayor propensión a comprar productos más baratos procedentes de canales ilícitos, caracterizados por no pagar los impuestos debidos.

Mitigación:

- Se realiza un seguimiento y análisis continuo de los indicadores económicos y patrones de consumo para asegurar que la cartera actual y futura de productos de la Compañía ofrece al consumidor una gama de productos en diferentes niveles de precio.
- Este análisis proporciona una información clave y decisiva para la planificación del negocio, el desarrollo de los productos de Altadis y la estrategia de precios.

3) Falsificaciones y producto ilícito (sin impuestos debidos pagados) en el mercado.

Los actuales marcos regulatorios restrictivos y las posibles decisiones desproporcionadas en relación a los impuestos especiales sobre las labores del tabaco pueden generar una brecha cada vez mayor entre el precio de los productos legítimos y los productos ilegítimos.

Impactos:

- El producto falsificado y el comercio ilícito reducen el tamaño del mercado

legal, disminuyendo los volúmenes de la Compañía y afectando a la cuota de mercado y a la rentabilidad.

- El producto falsificado y el comercio ilícito reducen el tamaño del mercado legal y, por tanto, reducen también la recaudación del Gobierno procedente de los impuestos especiales.

- La venta de productos falsificados y el contrabando ilícito de marcas muy baratas y poco conocidas proporcionan acceso a productos de calidad inferior o incluso a productos que carecen de todo control de ingredientes, que podrían restar volumen de negocio a las marcas de la Compañía.

- El comercio ilícito facilita el acceso de los menores de edad a los productos del tabaco debido a la falta de controles inherente a este tipo de comercio.

Mitigación:

- Se mantienen altos estándares y controles en el negocio de Altadis y en su primera línea de clientes para evitar el desvío de sus productos a canales no autorizados.

- Los equipos de Ventas de la Compañía están respaldados por especialistas para apoyar a sus clientes con propuestas y acciones específicas para luchar contra el comercio ilícito.

- Se trabaja junto a la Comisión Europea, la Oficina de Lucha Contra el Fraude (OLAF), la Administración española, la Agencia Tributaria y los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado en desarrollar iniciativas contra el comercio ilícito.

4) Calidad de los productos y valor de marca.

Riesgo de que los productos de la Compañía no cumplan con los requisitos legales o con los requisitos exigidos por los consumidores.

Impactos:

- Daños sobre las marcas y la reputación, con la consiguiente reducción de las ventas.

- Posibles sanciones.

- Requerimiento de retirar el producto del mercado dando lugar a daños en la marca, costes de retirada y pérdida de ventas.

Mitigación:

- Las pruebas de control de calidad y su seguimiento constituyen un elemento central de los procesos de fabricación y de la cadena de suministro de Altadis, con un cumplimiento normativo absoluto y continuado.

- Se tiene establecido un proceso de seguimiento continuo y estructurado de quejas y reclamaciones de clientes y consumidores, asegurando que se responde a sus posibles reclamaciones y comentarios, y que cualquier problema de calidad se gestiona de manera inmediata, efectiva y adecuada.

- En el caso de un requerimiento de retirada de productos, existen procesos efectivos para mitigar los riesgos sobre la cadena de suministro de Altadis.

5) Cambios en las tendencias y gustos de los consumidores.

Altadis puede verse afectada por cambios en las tendencias y gustos de los consumidores. La calidad y el precio de los productos son factores clave en las preferencias de los consumidores.

Impactos:

- Un error o falta en la identificación de amenazas y oportunidades que surgen como consecuencia de los cambios en las preferencias del consumidor impacta en los volúmenes y beneficios de la Compañía.

Mitigación:

- Se realiza un seguimiento continuo de la actividad para detectar cualquier

nueva tendencia de consumo y se actúa ante la misma.

- Los perfiles de los consumidores son segmentados y sistematizados, y la Compañía trata de anticiparse a los cambios en sus preferencias con el fin de adaptar con rapidez su cartera de productos a las mismas.

6) Suministro de Productos.

Un fallo en la cadena de suministro puede resultar en un retraso en el abastecimiento o un desabastecimiento de producto al mercado.

Impactos:

- Pérdida de ventas en el corto plazo y potencial pérdida de fidelidad de los consumidores a los productos y marcas de Altadis.



- La falta de disponibilidad de materias primas puede dar lugar a un problema de capacidad de fabricación y, en última instancia, a un desabastecimiento de los productos de la Compañía en el mercado.

Mitigación:

- La Compañía tiene implantado un sólido proceso de planificación de la demanda de sus productos y de las necesidades de la cadena de suministro (fabricación y logística).
- Las fábricas mantienen planes de contingencia preparados en caso de avería grave de maquinaria o incluso siniestros que puedan afectar a las infraestructuras de producción.
- Los equipos de fabricación y cadena de suministro realizan continuas evaluaciones y revisiones de los

proveedores de Altadis con el fin de asegurar la continuidad del suministro de materias primas y servicios.

- Existencia de cierta cantidad de producto almacenado como medida de seguridad.

7) Regulación de producto.

Impacto del aumento en la regulación del producto, tanto en las especificaciones exigidas al propio producto (trazabilidad, etiquetado, advertencias sanitarias, restricciones al empaquetado...), como en la disponibilidad y posibilidades de elección por parte del consumidor.

Impactos:

- Los cambios en las opciones del consumidor para poder elegir impactan en los volúmenes y beneficios de la Compañía.
- El aumento de regulación en las especificaciones del producto o

limitaciones a su disponibilidad también afectan a los volúmenes y beneficios de la Compañía.

Mitigación:

- La Compañía dispone de expertos en la materia para prever y gestionar el impacto potencial de los cambios regulatorios.

8) Simplificación y optimización de costes.

No alinear adecuadamente la base de costes de la Compañía en línea con el entorno operativo.

Impactos:

- El modelo operativo falla en sustentar la estrategia.
- Menores beneficio y flujo de caja libre para la reinversión en el negocio.
- Posible reducción de la confianza de los grupos de interés de la Compañía.

Mitigación:

- El diseño del modelo operativo se rige por un sistema formal de controles e informes y está liderado por los principales grupos de interés del negocio para asegurar un diseño operativo efectivo.
- El proceso de preparación del plan anual y los procesos operativos mantienen una atención continua a la rentabilidad y a los costes.

- El logro de las eficiencias de costes se garantiza mediante un seguimiento continuo de los resultados y un proceso sólido y efectivo de valoración y retorno de las inversiones.

9) Cumplimiento legal y regulatorio.

Las políticas y estándares del Grupo Imperial Brands exigen que todos los empleados de la Compañía deban cumplir con la legislación relevante para las empresas cotizadas en el Reino Unido, así como la legislación en España y en cualquier otro país en el que el Grupo mantenga actividad. El incumplimiento de las normas locales e internacionales puede dar lugar a investigaciones y la aplicación de sanciones financieras o censura regulatoria.

Impactos:

- Acusaciones de comportamiento inapropiado o sus investigaciones podrían dañar la reputación de Altadis y ser causa potencial de sanciones financieras y penales, tanto para la Compañía como para sus empleados individuales.
- El coste de responder a cualquier investigación puede ser sustancial y requerir recursos significativos y atención de la Dirección.

Mitigación:

- La Compañía dispone de expertos locales para áreas clave de cumplimiento legal, reforzados en su caso también por expertos del Grupo Imperial Brands, con el fin de proporcionar asesoramiento especializado en el desarrollo de políticas, procesos, formación y seguimiento del cumplimiento legal.



- El Código de Conducta y los valores del Grupo articulan los comportamientos que Altadis espera de todos sus empleados.

- El cumplimiento de los controles clave está certificado por la Dirección del Grupo, junto con una certificación de cumplimiento del Código de Conducta.

- Para garantizar el cumplimiento de las normativas internacionales, la Compañía obtiene asesoramiento experto interno y externo cuando se considera oportuno.

- En caso de cualquier investigación (que puede o no resultar en acciones legales contra la Compañía), Altadis coopera activamente con la autoridad pertinente responsable de la investigación.

10) Litigios.

Litigios y otras reclamaciones están pendientes contra la Sociedad. Hasta la fecha, ninguna demanda presentada por litigio sobre el tabaco contra la Compañía ha tenido éxito y/o ha resultado en multas o sanciones para el resarcimiento de daños.

Impactos:

- Si cualquier reclamación del tabaco contra Altadis fuera exitosa, podría resultar en una responsabilidad significativa por daños y podría dar lugar a nuevas reclamaciones contra la Compañía.

- Otras reclamaciones en función de su naturaleza y sus importes podrían ser significativas en relación con las sanciones económicas a que pudieran dar lugar.

- Independientemente del resultado final de cualquier reclamación, los costes incurridos en defender a la Compañía contra las mismas podrían ser importantes y no recuperables.

Mitigación:

- La Compañía cuenta con abogados internos y externos especializados en la defensa de la responsabilidad por el producto y otros litigios.
- Se dispone de asesoramiento para prevenir causas de litigio, junto con orientación sobre estrategias de defensa para dirigir y gestionar el riesgo de litigio y realizar un seguimiento continuado del potencial de reclamaciones contra la Compañía.

11) COVID-19.

La aparición del brote vírico del COVID-19 y su declaración como pandemia por la Organización Mundial de la Salud, unido a la ausencia por el momento de un tratamiento médico eficaz contra el virus, hacen pensar que pudieran existir ciertos efectos en la operativa de la Compañía y el consumo de sus productos por parte de los consumidores.

Impactos:

- El COVID-19 puede dañar a la salud y el bienestar de los trabajadores de la Compañía.
- El establecimiento de las necesarias restricciones a la movilidad de las personas impuestas por los gobiernos

nacional y autonómicos, así como por las correspondientes autoridades sanitarias, pueden afectar tanto al consumo como al suministro y comercio de los productos de la Compañía.

- Las medidas de confinamiento de la población pueden impedir a los trabajadores de Altadis realizar su actividad laboral con normalidad.

Mitigación:

- La Compañía ha diseñado y adoptado un protocolo de actuación específico para la gestión de la pandemia en relación con sus trabajadores y su actividad laboral, respetando en todo momento las regulaciones sanitarias en vigor, estableciendo medidas de prevención y priorizando la protección a la salud y la flexibilidad.
- Se ha dotado de medios informáticos a todos los empleados que pueden realizar su actividad laboral en remoto y se han ampliado y flexibilizado las posibilidades de teletrabajo para facilitar la conciliación familiar.
- Se ha desarrollado un seguimiento del estado de salud de los trabajadores a través de una intensa y frecuente comunicación y mediante encuestas específicas.
- Se han aplicado planes de contingencia en los centros de trabajo y de fabricación de los productos para asegurar las medidas de distanciamiento social y de prevención de la infección.

12) Disciplina de capital y generación de efectivo.

Si no se mantienen fuertes flujos de efectivo, ello podría afectar sobre la capacidad de la Compañía para invertir en iniciativas estratégicas o reducir la capacidad de pagar la deuda comprometida.

Impactos:

- No mantener fuertes flujos de efectivo podría limitar la capacidad de reducir los niveles de deuda, impactando en las calificaciones crediticias y en la confianza de los inversores.
- Una caída en alguna de las calificaciones crediticias de la Compañía podría elevar el coste de su financiación y es probable que incrementara el coste de financiación futura y afecte también a su capacidad para hacer efectivo el pago de la deuda.
- Los movimientos adversos en los tipos de interés podrían resultar en mayores costes de financiación y salidas de efectivo.
- Fracaso de una contraparte financiera (por ejemplo, depósitos en efectivo y derivados) podrían resultar en pérdidas.

Mitigación:

- La Sociedad mantiene procesos de gestión orientados a un fuerte enfoque en la generación de efectivo.

• Se cuenta con la autoridad y la responsabilidad apropiadas para la aprobación de inversiones y gastos, incluida la consecución de requisitos de retorno y rentabilidad.

• Previsión y actualización con regularidad de los flujos de efectivo, así como requisitos de financiación y métricas clave para las agencias de calificación crediticia. Esta previsión se realiza en línea con el desempeño para gestionar futuras necesidades financieras y optimizar el coste y la disponibilidad de la financiación.

• La función de Tesorería opera de acuerdo con los términos de referencia y la autoridad delegada establecidos por el Consejo y bajo supervisión de la Dirección Financiera.

3 GESTIÓN ECONÓMICA Y TRANSPARENCIA FISCAL



- 3.1 Beneficio antes de impuestos país por país
- 3.2 Fiscalidad Responsable
- 3.3 Ayudas recibidas de la Administración Pública

3.1. Beneficio antes de impuestos país por país

El beneficio antes de impuestos obtenido en el ejercicio fiscal 2020 asciende a 383.660 miles de euros, y se ha obtenido en su totalidad en España. En el ejercicio fiscal 2019, esta cifra supuso una cantidad de 337.493 miles de euros, también obtenida exclusivamente en territorio nacional.

3.2. Fiscalidad Responsable

En seguimiento de la política fiscal del Grupo Imperial, Altadis cumple con sus obligaciones tributarias en aquellos países en los que opera, además de trabajar con las autoridades locales para luchar contra el comercio ilícito de tabaco, una actividad que perjudica al quinto sector en materia de contribución fiscal y consecuentemente a la Hacienda Pública. Asimismo, esta política fiscal a la que se adhiere la Compañía señala la importancia de preservar la transparencia en todas las interacciones que se lleven a cabo con autoridades fiscales, y aboga por la importancia de fijar un tipo impositivo que represente un balance entre la consideración de riesgos financieros y reputacionales, el cumplimiento normativo y el beneficio de los accionistas. Fruto de todo ello, el impacto de Altadis sobre las comunidades en las que lleva a cabo su negocio no se limita a la generación de riqueza derivada de su actividad empresarial, sino que también se materializa a través de su responsabilidad en materia de contribución fiscal.

Impuestos sobre beneficios pagados

En relación con los impuestos pagados en España, en el ejercicio fiscal 2020

resulta un pago neto de 12 millones de euros mientras que en el ejercicio fiscal 2019 hubo una devolución neta de 14 millones de euros, resultante del exceso de pagos a cuenta anticipados en el previo ejercicio.

3.3. Ayudas recibidas de la Administración Pública

La Compañía no ha recibido ninguna subvención en los ejercicios fiscales 2020 y 2019.

4

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS



4.1 Igualdad y Accesibilidad

4.2 Perfil de la Plantilla

4.3 Remuneración

4.4 Organización del trabajo y políticas de flexibilidad

4.5 Condiciones de Salud y Seguridad Laboral

4.6 Relaciones y Diálogo Social

4.7 Política y gestión de la formación de la plantilla

4.8 Implantación de políticas de desconexión laboral

4.1. Igualdad y Accesibilidad en la Compañía

Altadis ha construido su identidad como empleador de referencia, más allá de la tradicional ecuación salarios y beneficios sociales. La franca determinación por dotar a los empleados de una retribución justa no ha descuidado el interés por desarrollar espacios igualmente claves para el bienestar de la plantilla. Altadis viene siendo una compañía pionera en el desarrollo de políticas tangibles en aspectos innegociables hoy en día como son la conciliación y la igualdad, esfuerzo que además le ha supuesto cosechar las distinciones más importantes por parte de entidades expertas en el reconocimiento de los mejores entornos profesionales. Entre dichas distinciones, y al igual que en el ejercicio 2019, Altadis ha recibido las certificaciones Top Employers España y Top Employers Europe 2020.

La constatación de la posición de vanguardia de la que presume Altadis es sencilla y directa, contando con la superior credencial de un convenio colectivo propio, donde se

ordenan con transparencia todos y cada uno de los elementos sobre los que se asienta la relación laboral.

• Igualdad de trato entre mujeres y hombres

El 20 de agosto de 2019 se publicó el último Convenio Colectivo de la empresa, el cual se encuentra vigente a fecha de elaboración de este informe y cuyo preámbulo informa del principio de igualdad como rector de los compromisos asumidos por las partes. El Convenio Colectivo consagra la igualdad de oportunidades en la contratación, la promoción y el desarrollo de la carrera profesional, de manera inequívoca y transparente. Se declara que la formación en todos sus niveles y modalidades constituye el instrumento básico para aplicar y potenciar tales compromisos y, por tanto, la Compañía asume el deber de aportar todos los recursos técnicos, organizativos y económicos posibles orientados a tales finalidades, al tiempo que las representaciones sindicales comprometen su colaboración para alcanzar los objetivos de igualdad señalados.

En consonancia con lo anterior, el Código de Conducta del Grupo Imperial Brands, aplicable a Altadis, establece los valores de la empresa, en cuya base figura el establecimiento de un entorno de trabajo cimentado a partir de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, de forma que el personal trabaje en condiciones justas, seguras y en cumplimiento de la legislación y normativa laboral vigentes en políticas de igualdad. Para tal fin, Altadis trabaja con comités de empresa y sindicatos, dentro de las atribuciones legales conferidas en tales materias y demuestra respeto por los demás por el valor que aportan, independientemente de su sexo, cultura, creencias y estilos de vida.

En cuanto a iniciativas llevadas a cabo en este sentido, Altadis se ha involucrado desde hace años en varias iniciativas relativas a Diversidad e Igualdad, tales como la Fundación Woman's Week o el Proyecto ADIM. De cara a este año fiscal, al igual que en el anterior, el foco de Altadis será llevar adelante las propuestas acordadas con el Grupo relativas a la diversificación de fuentes de reclutamiento para incorporar a gente con distintos perfiles, así como analizar internamente la equidad salarial dentro de Altadis.

• Plan de igualdad

Altadis, con arreglo a la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, dispone de un Plan de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres, con vigencia pactada hasta el 31 de diciembre de 2020, entre cuyos objetivos principales se encuentran los siguientes:

– Conseguir una representación equilibrada de las mujeres y hombres en el ámbito de la empresa: en grupos profesionales, ocupaciones y en la estructura directiva de la empresa.

– Promover procesos de selección y promoción en igualdad de condiciones, que eviten la segregación vertical y horizontal y mejorar las posibilidades de acceso del colectivo menos representado a puestos de responsabilidad, contribuyendo así a reducir desigualdades y desequilibrios que pudieran darse en el seno de la empresa.

– Establecer medidas de acción positiva para que, en igualdad de condiciones y méritos, sea elegida la persona del género menos representado.

– Velar por la igualdad de oportunidades de la plantilla en general, evitando cualquier tipo de discriminación en la selección, clasificación, promoción, retribución, y acceso a la formación de todos los trabajadores, sin distinción de género.

– Adoptar las medidas precisas para la consecución de una representación equilibrada de la mujer y el hombre en el ámbito de la empresa, basada en la cualificación profesional.

– Reforzar el papel de Altadis como empresa comprometida en el desarrollo de políticas de igualdad, haciendo compatibles los objetivos de competitividad y empleo.

– Mejorar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

– Prevenir y, caso de que se produzcan, canalizar y resolver los supuestos de acoso moral, sexual o por razón de sexo acaecidos en el ámbito de la empresa.

– Asesorar y proteger a las empleadas/ os víctimas de violencia de género.





– Trabajar en la sensibilización de la plantilla sobre igualdad de trato y oportunidades.

Entre las medidas pactadas dentro del Plan, existe la creación de una Comisión de Igualdad, compuesta por una representación de los trabajadores y una representación de la empresa, en cuyo seno se mantienen reuniones periódicas con el fin de comprobar el cumplimiento de los compromisos a través de la presentación de datos. En estas reuniones también se tratan propuestas y sugerencias con la finalidad de avanzar y consolidar en lo que se refiere a las condiciones de igualdad de trato y de oportunidades, la no discriminación y la conciliación.

Por último, cabe mencionar que el previamente mencionado Código de Conducta, que sirve como documento de referencia en materia ética para todas las empresas del Grupo Imperial Brands, tiene como uno de los pilares el rechazo de la discriminación por sexo o por cualquier otra razón.

• Promoción del empleo

Altadis tiene asumido legalmente que el sistema usual de contratación sea la modalidad de contrato por tiempo indefinido, siempre que las vacantes surgidas en el ámbito de la organización no puedan ser cubiertas mediante los mecanismos de promoción interna, movilidad funcional o geográfica, convencionalmente establecidos. En este

sentido, la Compañía tiene un sistema de ingresos y promoción reglado, de obligado cumplimiento para la mayor parte de vacantes y de participación paritaria entre empresa y representación legal de los trabajadores. El proceso vela por la igualdad de oportunidades entre todos los candidatos, siendo Altadis la que en última instancia se decanta por la candidatura más ajustada a los requerimientos del puesto de trabajo.

En el ámbito de las políticas de igualdad aplicadas a los procesos de ingresos y/o ascensos, se ha acordado lo siguiente:

a) Los procedimientos de selección establecidos deben seguir garantizando la igualdad de trato por razón de sexo, razones familiares, edad, etc., por lo que la valoración de los candidatos deberá seguir realizándose en función de sus conocimientos, habilidades y/o competencias requeridos, para los distintos puestos de trabajo.

b) Las ofertas de empleo han de incorporar un lenguaje neutro, no sexista, que contribuya al equilibrio de la plantilla entre mujeres y hombres.

c) Introducción, en la política de selección, de medidas de acción positiva que posibiliten que en igualdad de condiciones entre los candidatos se incorpore la persona del género menos representado.

d) La empresa cumple su compromiso de informar y sensibilizar en materia de igualdad de oportunidades a los/as responsables de selección de personal mediante la aportación del Plan de Igualdad vigente con el fin de que los procesos se desarrollen en base a lo establecido en dicho documento.

• Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo

Altadis comparte la preocupación y el compromiso para que, en el seno de su organización, no se produzcan fenómenos de acoso sexual o moral de los trabajadores. En este sentido, el Convenio Colectivo y el Código de Conducta de la empresa regulan las actuaciones precisas para su erradicación, incluyendo la posibilidad de abrir expediente disciplinario en los supuestos suficientemente fundamentados, para detectar las posibles situaciones que pudieran producirse dentro de la Empresa.

En cumplimiento del artículo 48 de la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres, la Comisión Paritaria alcanzó un acuerdo, suscrito con fecha 9 de junio de 2010, para el establecimiento del Protocolo para la Prevención en Altadis del Acoso Moral, Sexual y por Razón de Sexo, con la finalidad de perseguir aquellas conductas que atenten contra la dignidad, igualdad y libertad moral de los trabajadores.

El citado protocolo, suscrito entre la Dirección de la Empresa y los representantes legales de los trabajadores, articulan un procedimiento de actuación con el que prevenir e impedir cualquier forma de acoso sexual, moral o por razón de sexo y sancionando todas las conductas que atenten contra la dignidad, igualdad y libertad moral de los trabajadores de Altadis.

Adicionalmente, el Código de Conducta del Grupo Imperial Brands establece un sistema de denuncia interno denominado "Whistleblowing" donde los empleados informan de todas aquellas conductas que pudieran revestir la forma de acoso sexual, moral o por razón de sexo.

El modo de utilización de este sistema se recoge en la intranet, si bien los pasos son sencillos, resumiéndose en lo siguiente:

– Denuncia oral y directa, internamente, dirigiéndose al manager, al equipo de recursos humanos o a un miembro de la representación legal de los trabajadores. Alternativamente, tal denuncia puede tramitarse ante la Dirección de Imperial Brands, concretamente mediante el Secretario General, el Director de RRHH o el Director de Seguridad Corporativa.

– Denuncia escrita, directamente dirigida al Secretario General, en su dirección profesional en los Servicios Centrales

(en adelante, “SSCC”) de Imperial Brands o, alternativamente, a una dirección de correo electrónico.

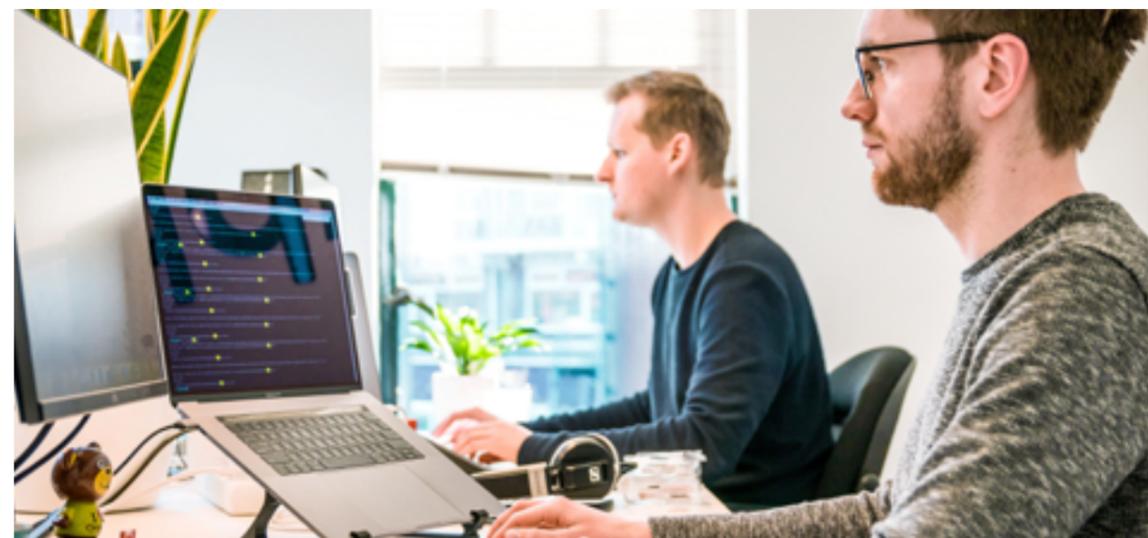
– Denuncia a través del portal web “Expolink”, al que se accede a través de una contraseña específica con la que cuentan todos los trabajadores. En ese portal se puede redactar la denuncia, sin que conste la identidad del denunciante.

• Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad

Desde que en el año 2018 se decidió el cambio de la sede central, sustituyendo el alquiler de una serie de plantas en un edificio de oficinas por un espacio propio, no compartido y diseñado enteramente por Altadis, los arquitectos comenzaron una obra pensada para crear un espacio abierto, sin barreras y plenamente accesible. El diseño del edificio se hizo respetando las normas más recientes sobre edificabilidad y que regulan la accesibilidad de los espacios de oficinas. Las condiciones de llegada al mismo (transporte público/privado, pavimento y aceras) son óptimas para todas las personas.

Altadis cuenta, pues, con oficinas donde se facilita el acceso a las personas con movilidad reducida, tanto a empleados como colaboradores y visitas. Esta accesibilidad comienza en la llegada a las instalaciones, con plazas de aparcamiento reservadas y destinadas a personas con discapacidad. Además, todos los accesos cuentan con rampas.

El interior de las instalaciones dispone de ascensor y de montacargas. Existen aseos destinados a personas con discapacidad, que permiten el acceso con silla de ruedas y que cuentan con todos los elementos necesarios para facilitar su uso.



• Compromiso con la No discriminación

El Código de Conducta del Grupo Imperial Brands, bajo el cual se acoge Altadis, desarrolla los valores sobre los que se asienta la cultura empresarial, siendo objeto de tratamiento específico el valor “We Enjoy” encaminado a desarrollar un entorno de trabajo justo en el que a cada persona se la reconoce por lo que es y por sus contribuciones.

En Altadis se respeta a todas las personas independientemente de su sexo y al margen de criterios tales como edad, raza, origen, género, orientación sexual, discapacidad, opinión política, religión, estado civil, o estado físico o mental u otra condición.

Trabajar juntos y en igualdad para ser más fuertes y mejores se traduce en el respeto de las opiniones y las aportaciones de los demás. No se trata únicamente de cumplir las normas, sino de hacer lo correcto. Altadis, pues, reúne equipos profesionales diversos y proporcionales debido a su capacidad de impulsar la innovación y el rendimiento a través de perspectivas exigentes.

4.2. Perfil de Plantilla

El recurso más valioso de la Compañía es, cómo no podría ser de otra manera, las personas y el equipo humano de Altadis. Altadis es una compañía con larga tradición y con más de 300 años de existencia. En los últimos años ha habido una gran renovación y se conjuga una plantilla experta con nuevas generaciones, generando equipos muy robustos y competitivos.

En Altadis promovemos y trabajamos para generar un entorno de respeto y desarrollo de los profesionales, creando retos personales y de grupo en un ambiente diverso. Dado que es el segundo año en que se publica este informe, reportamos los datos de 2019 junto con los del ejercicio más reciente, entre los cuales destacan que el 69% de la plantilla es masculina y el 31% femenina, el 10% de la plantilla es menor de 30 años, y la franja más amplia se encuentra en la franja de los 30 a los 50 años (respecto a los mayores de 50 años contamos con un porcentaje del 7%). Cabe mencionar que la totalidad de la plantilla de Altadis desempeña su labor en España.



• Datos básicos de la plantilla

	2019	2020
Plantilla Altadis al Cierre	481	485

TOTAL PLANTILLA ALTADIS 2019:		481				
Desglose de Plantilla 2019	HOMBRES 2019			MUJERES 2019		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	-	5	-	-	2	-
Técnico/Administrativo	20	128	19	27	85	7
Personal base	2	152	7	-	25	2
SUMA	22	285	26	27	112	9
TOTAL	333			148		

TOTAL PLANTILLA ALTADIS 2020:		485				
Desglose de Plantilla 2020	HOMBRES 2020			MUJERES 2020		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	-	5	-	-	2	-
Técnico/Administrativo	16	126	28	20	94	11
Personal base	2	145	12	-	22	2
SUMA	18	276	40	20	118	13
TOTAL	334			151		

Altadis cumple de manera rigurosa que existe en algunos casos, recurre a la norma relativa al número de personas con discapacidad en la Compañía. de las medidas alternativas concedidas de manera reglada para trabajar o recibir servicios. En este sentido, o bien cumple con las contrataciones o, dada la dificultad

	2019	2020
Empleados con discapacidad	2	2

• Número total y distribución de modalidades de contratos de trabajo

DISTRIBUCIÓN DE MODALIDADES DE CONTRATO DE TRABAJO	2019	2020
Fijos	455	455
Temporales	26	30
A tiempo parcial	3	2
A tiempo completo	478	483

• Promedio Anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional

Altadis apuesta por la contratación estable de calidad, contratando de manera indefinida y a jornada completa al 93% de las personas.

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS INDEFINIDOS 2019	HOMBRES 2019			MUJERES 2019		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	-	5,33	-	-	1,92	-
Técnico/Administrativo	10	132,50	24,33	15,67	88,58	10,33
Personal base	2,83	159,25	6,17	-	25,08	1,25
SUMA	12,83	297,08	30,50	15,67	115,58	11,58
TOTAL	340,41			142,83		

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS INDEFINIDOS 2020	HOMBRES 2020			MUJERES 2020		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	-	5	-	-	2	-
Técnico/Administrativo	7	120,92	23,92	13,5	90,17	8,42
Personal base	2	148,67	8,67	-	23,33	1,25
SUMA	9	274,58	32,58	13,5	115,5	9,67
TOTAL	316,17			138,67		

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS TEMPORALES 2019	HOMBRES 2019			MUJERES 2019		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	-	-	-	-	-	-
Técnico/Administrativo	6,5	5,83	-	9,17	5,42	-
Personal base	3,83	8,83	1,75	0,83	0,58	1,50
SUMA	10,33	14,66	1,75	10	6	1,50
TOTAL	26,74			17,5		

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS TEMPORALES 2020	HOMBRES 2020			MUJERES 2020		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	-	-	-	-	-	-
Técnico/Administrativo	9,67	9,58	-	8,08	3,5	-
Personal base	0,25	1,42	-	-	0,08	0,08
SUMA	9,92	11	-	8,08	3,58	0,08
TOTAL	20,92			11,75		

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS A TIEMPO PARCIAL 2019	HOMBRES 2019			MUJERES 2019		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	-	-	-	-	-	-
Técnico/Administrativo	-	0,92	-	-	1,17	-
Personal base	-	-	1,75	-	-	1,50
SUMA	-	0,92	1,75	-	1,17	1,50
TOTAL			2,67			2,67

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS A TIEMPO PARCIAL 2020	HOMBRES 2020			MUJERES 2020		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	-	-	-	-	-	-
Técnico/Administrativo	-	1	-	-	1	-
Personal base	-	-	-	-	-	-
SUMA	-	1	-	-	1	-
TOTAL			1			1

• Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional

NÚMERO DE DESPIDOS 2019	HOMBRES 2019			MUJERES 2019		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Técnico/Administrativo	2	2	3		4	
TOTAL			7			4

NÚMERO DE DESPIDOS 2020	HOMBRES 2020			MUJERES 2020		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Técnico/Administrativo	-	3	-	-	-	-
Personal base	-	1	-	-	1	-
TOTAL			4			1

4.3. Remuneración

• Remuneraciones medias y su evolución desagregadas por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor

Las remuneraciones tienen en cuenta todas las retribuciones dinerarias y en especie incluyendo todos los complementos recogidos en el convenio de Altadis.

REMUNERACIÓN MEDIA (HOMBRES)	2019			2020		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	-	239.956,47	-	-	251.550,54	-
Técnico/Administrativo	37.774,88	66.782,61	76.184,61	48.362,09	69.058,65	79.727,61
Personal base	34.223,65	49.379,33	60.911,79	42.021,82	52.268,58	65.715,95
TOTAL	37.419,76	60.582,51	72.072,70	47.657,62	63.543,79	75.524,11

REMUNERACIÓN MEDIA (MUJERES)	2019			2020		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	-	181.546,25	-	-	187.416,18	-
Técnico/Administrativo	40.552,31	55.607,87	84.072,33	47.988,08	59.597,57	76.484,46
Personal base	-	45.077,58	57.122,34	-	47.315,25	53.888,57
TOTAL	40.552,31	55.509,76	78.083,44	47.988,08	59.474,07	73.008,17

• Brecha salarial existente entre puestos de trabajo iguales

BRECHA SALARIAL 2019	2019	2020
Directivos	-24,3%	-25,5%
Técnico/Administrativo	-16%	-14%
Personal base	-7,5%	-10%
TOTAL	9,2%	-7,8%

• La remuneración media de los consejeros y directivos

Ninguno de los tres miembros del Consejo de Administración de Altadis, todos ellos consejeros ejecutivos, percibe remuneración alguna por desempeñar este cargo. Es decir, la totalidad de la nómina cobrada por los mismos es en calidad de empleados de la Compañía. Por tanto, el desglose por sexo de la remuneración media de los mismos se muestra en tablas anteriores bajo la categoría profesional de "Directivos".

4.4. Organización del trabajo y políticas de flexibilidad

• Organización del tiempo de trabajo

Altadis dispone de una jornada anual única de 1.630 horas, idéntica para todos los

trabajadores. No obstante, una pequeña parte del colectivo cuenta, como condición más beneficiosa individual, con un derecho a practicar una jornada anual inferior a la establecida.

El tipo de jornada es distinto en función de las áreas funcionales de la empresa, siendo con carácter general el siguiente:

Plantilla de oficinas: Se trata del personal destinado en SSCC y oficinas de la Fábrica de Cantabria, pertenecientes al grupo profesional técnico-administrativo y cuentan durante todas las semanas del año con una jornada partida de lunes a jueves, y los viernes jornada continua.

Plantilla de la fábrica de Cantabria: Se trata del personal destinado en la Fábrica de Cantabria no perteneciente a oficinas, sino al taller de elaboración.



Este personal cuenta con un régimen a turnos de mañana o tarde, rotatorio semanalmente con un régimen a turnos de mañana o tarde, rotatorio semanalmente.

Plantilla de Ventas: Se trata del personal comercial, que desarrolla íntegramente su jornada de trabajo fuera de la sede central. Este personal cuenta durante todas las semanas del año con una jornada partida de lunes a viernes.

• **Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable por parte de ambos progenitores**

Como excepción al régimen de jornada general, el Convenio Colectivo expresa las circunstancias bajo las que cabe solicitar una jornada reducida. Esta posibilidad se acomoda al abanico de situaciones que con carácter general establece el ordenamiento jurídico. Sin embargo, la Empresa ha ampliado los modos de conciliación familiar, reconociendo los siguientes derechos:

Acumulación en días completos del tiempo de reducción de jornada: Se admite tal posibilidad, siempre y cuando no perturbe ni altere la actividad profesional de los trabajadores.

Teletrabajo: Con carácter general, se reconoce la posibilidad de teletrabajar un día a la semana, pudiendo ampliarse a dos días para el personal con reducción de jornada como alternativa a ésta. No obstante, tras la declaración del Estado de Alarma y con el fin de reducir la probabilidad de exposición y contagio por COVID-19, se priorizaron los sistemas de organización que permitían mantener la actividad por mecanismos alternativos a la presencia física. Concretamente, hasta el mes de junio toda la plantilla de SSCC y Ventas trabajó desde su casa, si bien los trabajadores de la Fábrica de Cantabria continuaron trabajando presencialmente, dado que el centro mantuvo su actividad. El carácter preferente del trabajo a distancia se ha mantenido vigente para el personal adscrito a SSCC, si bien a fecha de elaboración del presente informe debe trabajar presencialmente durante al menos un 25% de su tiempo de trabajo.

Concreción del turno: El personal con sistema de trabajo a turnos acogido a reducción de jornada tiene la posibilidad de elegir turno (fijo) y reducir dentro de éste la jornada para acomodarla a la causa de conciliación.

• **Número de horas de absentismo.**

El número total de horas de absentismo durante el año fiscal 2020 ha ascendido a 42.580,38 horas, lo cual supone un leve aumento en comparación con lo registrado en el ejercicio 2019 (40.788,5 horas de absentismo).

En el cálculo de horas de absentismo se han incluido los siguientes conceptos: enfermedad sin hospitalización, enfermedad con hospitalización, IT prolongada (AT/EP), accidente en centro, accidente en camino, accidente sin baja en centro, enfermedad con justificante, falta justificada sin descuento, traslado de centro, traslado de domicilio, licencia sin sueldo, falta justificada, salida al juzgado por citación, actos públicos y salida autorizada.

4.5. Condiciones de Salud y Seguridad Laboral

La salud y seguridad de los trabajadores es un aspecto fundamental para Altadis, que cuenta con un servicio de Prevención Propio Mancomunado con especialistas en Seguridad, Higiene, Ergonomía y psicología, teniendo externalizado la especialidad de Medicina de Trabajo. Asimismo, Altadis cuenta con la certificación OHSAS 18001 de Gestión de la Seguridad y Salud Laboral en la Fábrica de Cantabria, y el resto de los centros son sometidos a auditorías reglamentarias externas, superándolas desde hace más de 15 años. Estas certificaciones permiten demostrar el fuerte

compromiso de la empresa con las buenas prácticas en este campo y la prioridad de integrar la prevención en todas las áreas y actividades de los trabajadores, así como de los trabajadores externos que realizan su actividad en los centros de trabajo. De este modo, tiene implantado el teletrabajo, y destaca la implicación en el aspecto preventivo con la obligación de realizar una formación específica y cumplimiento de un check-list con fotografías del espacio de trabajo.

En Altadis existe un Comité de Seguridad y Salud que celebra reuniones de manera bimestral y en el que están representados los trabajadores (con Delegados de Prevención), la empresa, el personal del servicio de prevención mancomunado y, de manera esporádica, expertos en materias concretas para poner en marcha diferentes proyectos (evaluaciones psicosociales, servicios médicos externos, etc.). También se celebran mensualmente reuniones de Dirección y de ciclo de Ventas donde se comparten indicadores de accidentalidad, accidentes relevantes, lecciones aprendidas y píldoras de seguridad, fortaleciendo así la implicación en riesgos como la Seguridad Vial, el manejo manual de cargas o aquellos de carácter ergonómico.

Existen planes de prevención de riesgos laborales, donde se define la política preventiva y las funciones y responsabilidades de las diferentes posiciones de la Compañía con el fin de involucrar, sensibilizar y responsabilizar a todos los empleados. Para ello se realizan formaciones e inducciones en cuanto a seguridad y salud. Asimismo, existe un plan de autoprotección y emergencias, simulacros de evacuaciones, así como un equipo de emergencias coordinado y formado. Todas las oficinas cuentan con la señalización adecuada para

salidas de emergencia además de extintores y BIES, que son sometidos a revisiones trimestrales y anuales tal y como indica la normativa.

Se cuida la ergonomía en los centros con sillas adecuadas y puestos de trabajo adaptados a las necesidades del sistema free-sitting que está implantado en las oficinas centrales, contando todos los puestos con pantallas regulables, teclados y ratones ergonómicos. Se disfruta de luz natural y ventilación exterior con espacios de silencio donde concentrarse, que generan mayor confort en los empleados. Además, se dispone de terraza y zona de descanso con fruta fresca diaria para fomentar los descansos necesarios, y fuentes de agua filtrada en diferentes puntos del centro de trabajo.

En cuanto al cuidado de la salud de los empleados, se ha implantado con éxito desde varios años el programa de Bienestar “Sabemos Cuidarnos”, basado en 6 pilares: Nutrición, Hidratación Emocional, Actividad Física, Promoción de la Salud, Prevención Entornos Seguros y Medio Ambiente. Este programa va más allá de una vigilancia de la salud laboral a la que están obligadas las empresas por legislación, promoviendo el bienestar de todos los empleados.

Altadis cuenta con médico y ATS en el propio centro de trabajo que posibilita la consulta médica cualquier día de la semana. También se dispone de un servicio de fisioterapia en el centro de trabajo de lunes a jueves, y todos los empleados disfrutaron de un seguro médico con amplias coberturas, entre ellas dentales. En los reconocimientos médicos se han incluido analíticas ampliadas de sangre y orina (PSA) con el fin de que el trabajador pueda conocer su estado de salud general. Además, se dispone

de una Comisión Mixta que destina ayudas a tratamientos específicos de salud para los empleados y familiares (intervenciones oftalmológicas, tratamientos por trastornos psicológicos, gastos por enfermedad celiaca, audífonos, rehabilitaciones fisioterapia, ayudas dentales, corsés ortopédicos, etc.).

En marzo del presente ejercicio 2020, las empresas se han tenido que enfrentar a una situación nueva provocada por la pandemia del COVID-19. Con el fin de proteger a todos sus empleados y primando el bienestar y la salud de los mismos, Altadis puso en marcha medidas como la elaboración de un plan de contingencias, creando un grupo de trabajo para coordinar las acciones y comunicaciones resultantes, relacionadas con medidas preventivas, políticas internas,



protocolos ante la detección de síntomas y posible contagios, teléfonos y páginas de contacto para ampliar información, etc. Durante el confinamiento también se puso a disposición una Guía para el Trabajo a Distancia donde se facilitaron recomenda-

ciones en aspectos de seguridad, higiene, ergonomía y de carácter psicosocial destacando cuatro puntos fundamentales: el cuidado de la espalda y las posturas, el cuidado de la mente con videos de respiración y audios de relajación (incluyendo también una guía de salud emocional), el cuidado de la alimentación y, por último, el cuidado de la actividad física.

Altadis definió un plan de desescalada con una previa planificación de medidas higiénicas y organizativas para el personal de oficinas y ventas, entre las que se encuentran la entrega de un kit higiénico con mascarillas, guantes, gel hidroalcohólico, mascarilla facial y productos desinfectantes para los vehículos (fuerza de ventas). Adicionalmente, se realizaron evaluaciones del riesgo biológico, se facilitó la realización de tests serológicos de carácter voluntario a todos los empleados, y se elaboró desde el servicio de prevención una guía de buenas prácticas para el personal de oficinas y otra guía para el personal de ventas. Estas fueron difundidas a todos los trabajadores e incluyen todas las medidas a tener en cuenta en el centro de trabajo como los protocolos de medición de temperatura en el acceso a las oficinas, el aforo al 50%, respetando la distancia de seguridad entre los puestos, los protocolos de limpieza, las normas y aforos en zonas comunes, así como las normas de actuación y uso de protecciones en los puntos de ventas y almacenes con el fin de priorizar en todo momento lo más importante para la Compañía, que es la salud de los trabajadores.

Durante el año fiscal 2020 se han consolidado en Altadis iniciativas relativas a la creación de una auténtica cultura preventiva conforme a la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, llevándose a cabo acciones como:

➤ Campaña gratuita de vacunación contra la gripe estacional.

➤ Promoción de una APP propia con programas específicos de Nutrición, Actividad Física y Embarazo, además de contar con disponibilidad de couchers y servicio médico on-line (llamadas, chats o videoconferencias 24h).

➤ Servicio on-line de bienestar emocional de psicología clínica ante la situación de la pandemia del COVID-19 donde un psicólogo ofrece pautas, competencias personales y habilidades para aprender a afrontar la nueva situación y manejar sentimientos y emociones. Para darlo a conocer se celebró un Webinar sobre el bienestar emocional, así como una formación específica sobre el virus.

➤ Webinar “Un Mal Sueño” sobre pautas del sueño y el buen descanso.

No obstante, Altadis también trabaja diariamente para que los empleados se impliquen e integren la prevención de forma efectiva en su actividad diaria, creando así entre todos una mayor cultura preventiva. Este año se incide constantemente en la responsabilidad de cada uno de los trabajadores para crear entornos seguros.

Asimismo, en el ejercicio 2020 se han producido 16 accidentes laborales⁽³⁾ en total (13 correspondientes a hombres y 3 correspondientes a mujeres) frente a los 38 que tuvieron lugar en el ejercicio anterior. De los accidentes, únicamente uno ha resultado en baja laboral mientras que el resto no han conllevado baja.

A continuación, se muestran los datos de frecuencia y gravedad de los dos últimos años comparados con los del sector y por sexo:

⁽³⁾ No se contabilizan aquellos accidentes que hayan ocurrido in itinere (de camino o de vuelta al centro de trabajo).

	TOTAL ACCIDENTES	
	2019	2020
Índice de Frecuencia	41,63	20,63
Índice de Gravedad	0,05	0,02

ACCIDENTES CON BAJA	2019		2020	
	Altadis	Industria Manufacturera	Altadis	Industria Manufacturera ⁽⁴⁾
Índice de Frecuencia ⁽⁵⁾	5,20	5,72	1,29	5,79
Índice de Gravedad ⁽⁶⁾	0,05	0,90	0,02	0,94

ACCIDENTES CON BAJA (por Sexo)	2019		2020	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Índice de Frecuencia	5,58	4,43	0	4,22
Índice de Gravedad	0,05	0,06	0	0,08

Destaca la fuerte reducción interanual de los indicadores previamente mostrados, la cual se debe principalmente a la reducción del uso de las instalaciones de la Compañía por gran parte de la plantilla. Este fenómeno ha sido causado a su vez por las medidas de confinamiento y reducción de movimiento impuestas por el Gobierno para frenar el avance de la pandemia de COVID-19.

En el presente ejercicio también se han descrito 2 casos de enfermedades profesionales (uno de los cuales resultó en baja), un aumento respecto a la ausencia de casos materializados en el pasado ejercicio.

4.6. Relaciones y Diálogo Social

Los derechos sindicales y de representación colectiva dentro de la Empresa poseen una importancia decisiva al constituir los puntales de una arquitectura social donde las fórmulas de diálogo y participación se presentan como las expresiones más reconocibles a la hora de alcanzar acuerdos en el marco laboral.

⁽⁴⁾ Fuente: Datos del sector: <http://www.empleo.gob.es/>

⁽⁵⁾ Fuente: Índice de frecuencia en accidentes: N° de accidentes con baja en jornada * 1.000.000/ horas trabajadas en el mismo periodo

⁽⁶⁾ Fuente: Índice de gravedad en accidentes: días laborables perdidos por accidente con baja en jornada * 1.000 / horas trabajadas en ese mismo periodo.

Son dos sujetos colectivos, el Comité de Empresa y la Comisión Sindical, quienes desempeñan las funciones de mayor relevancia dentro de la negociación colectiva, entendida como la fórmula más representativa del diálogo social en el seno de Altadis.

• Estructura de diálogo social.

El diálogo social se articula a través de esos dos órganos: el Comité de Empresa y la Comisión Sindical se reparten las competencias y el perímetro de acción en los procesos de negociación y consulta dentro de la Empresa.

- **Comité de Empresa:** Sus facultades de participación se reconocen en el Convenio Colectivo, donde se le otorgan las atribuciones para designar de entre sus miembros a los componentes de las comisiones locales constituidas en materia de Seguridad y Salud Laboral, Formación, Absentismo y Evaluación.

Sus miembros se designan mediante el sufragio activo de los trabajadores, con arreglo al sistema de promoción de elecciones y mandato electoral fijado legalmente (art. 67 ET).

- **Comisión Sindical:** La Comisión Sindical de Altadis se constituye como órgano máximo de participación y representación sindical de todos los trabajadores, formada por las secciones sindicales de aquellos Sindicatos que hayan obtenido al menos un diez por ciento de representación en el conjunto de las tres empresas (Altadis, S.A.U., Imperial Tobacco España, S.L.U. y Tabacalera, S.L.U.). La Comisión Sindical está legitimada para negociar convenios colectivos, reglamentos y cualquier otro tipo de pactos que afecten a los intereses generales de los trabajadores representados, sin perjuicio de las competencias que en sus respectivos ámbitos puedan tener los comités de empresa de los dos centros de trabajo existentes.

La Comisión Sindical asume las competencias y reuniones de la Secretaría Permanente de Altadis, de la Comisión Estatal de Formación/Promoción y del Comité Nacional de Seguridad y Salud.

• Medidas para cumplir con las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva

El Convenio Colectivo de Altadis proporciona el marco adecuado para que representantes electos, escogidos democráticamente por los trabajadores como expresión del derecho fundamental a la libertad sindical, jueguen un papel

destacado en la negociación de las condiciones de trabajo de la plantilla.

La existencia de estructuras y espacios de acción sindical dentro de la Empresa entraña un reconocimiento y respeto de los derechos de actividad que poseen los sindicatos, cuya expresión más nítida se encuentra en el derecho de los trabajadores a:

a) Constituir secciones sindicales, de conformidad con lo establecido en los Estatutos del Sindicato.

b) Celebrar reuniones, previa notificación al empresario, recaudar cuotas y distribuir información sindical, fuera de las horas de trabajo y sin perturbar la actividad normal de la Empresa.

c) Recibir la información que remitan los sindicatos.

La estructura de acción sindical más relevante dentro de la Empresa son las secciones sindicales de los sindicatos que, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 6.2 y 7.1 de la Ley Orgánica de Libertad Sindical, tienen la consideración de más representativos a nivel estatal o de Comunidad Autónoma; así como las secciones de aquellos sindicatos que hayan obtenido representación en el Comité de Empresa en las elecciones celebradas a tal efecto; y las de los sindicatos de ámbito nacional, que aun no obteniendo representación en dicho Comité, hubieran obtenido un diez por ciento de representatividad a nivel de Empresa, o un veinte por ciento en su circunscripción, si son de ámbito provincial o autonómico, poniendo la Empresa a disposición de tales secciones sindicales los siguientes medios:

a) Recursos técnicos y físicos para facilitar la difusión de aquellas informaciones que puedan interesar a los afiliados al sindicato y a los trabajadores en general.

b) Un local, dotado de mobiliario y equipado tecnológicamente.

• Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país

El artículo 1 del Convenio Colectivo excluye de su ámbito de aplicación a una parte del personal, en razón de la importancia de su cargo.

Actualmente, sólo un 7,42% se encuentra en esta situación, por lo que el 92,58% está cubierto por el Convenio Colectivo (92,52% de cobertura en el ejercicio anterior).

• Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo

Bajo el enunciado “Salud laboral y prevención de riesgos en Altadis” existe un capítulo entero, el XIX del Convenio Colectivo, destinado a regular la vigilancia en la protección de la salud y seguridad en la Empresa.

Por un lado, se desarrolla la política preventiva de la Empresa, acomodada a la normativa de referencia. Por otro lado, el Convenio Colectivo establece los sistemas de consulta y participación de los trabajadores en esta disciplina a tres niveles:

- **Delegados de Prevención:** Con las competencias reconocidas en el artículo 36 de la Ley 31/1995, reforzando las acciones de información.

- **Comités de Seguridad y Salud de Centro:** Con las competencias reconocidas en el artículo 36 de la Ley 31/1995, reforzando las acciones de elaboración y desarrollo de los planes de prevención de riesgos y los programas de promoción y vigilancia de la salud.

- **Comisión Sindical:** Con competencias de información en este campo a escala global, no local.

4.7. Política y gestión de la formación de la plantilla

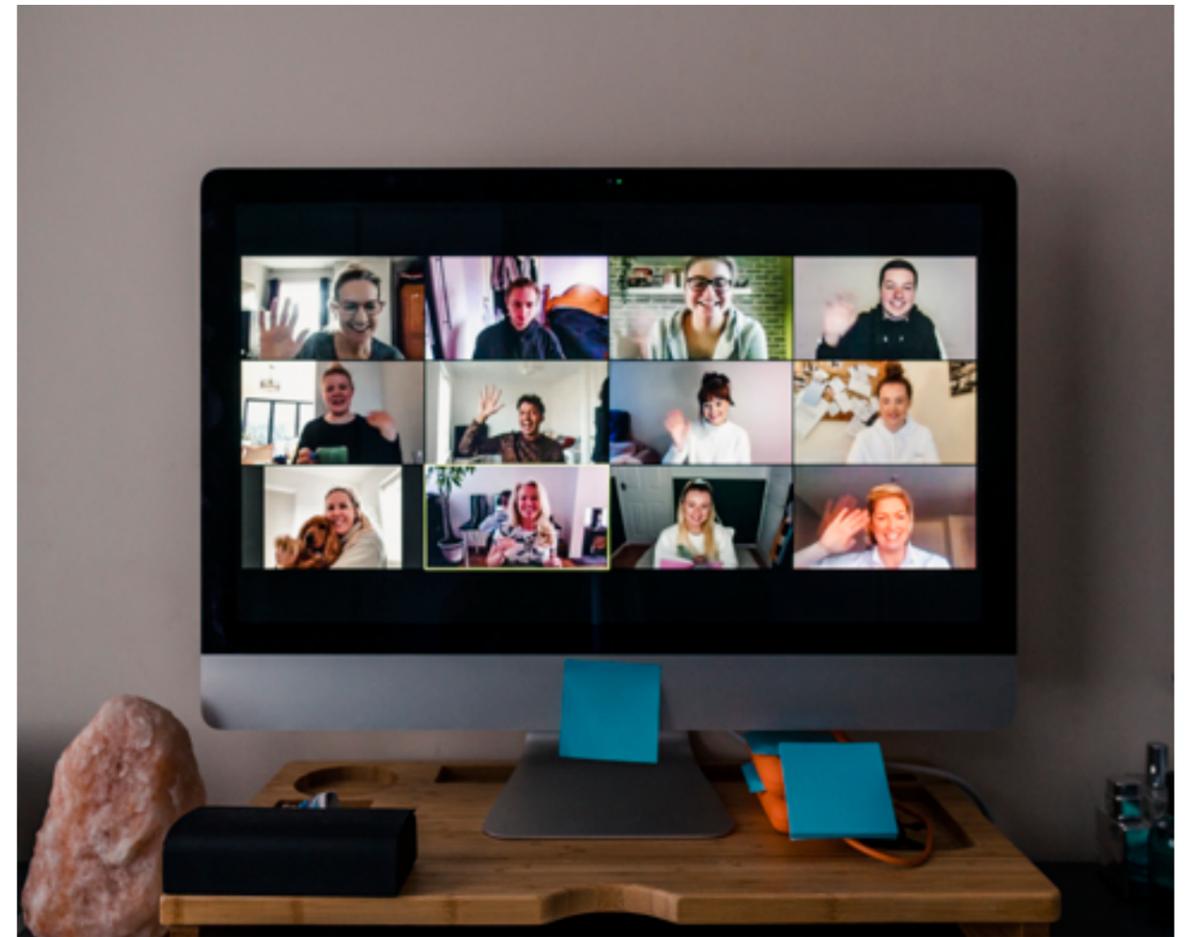
• La importancia de la formación en Altadis

En Altadis existen dos tipos de necesidades de Formación:

- **Necesidades individuales:** son aquellas orientadas al crecimiento de los empleados y son detectadas en el plan de desarrollo individual. El plan de desarrollo tiene como prioridad poner el foco sobre el desarrollo profesional del empleado, relacionándolo con su rol y su función. Están orientadas a ayudar al empleado y al manager a detectar aquellas áreas en las que el empleado debe mejorar para crecer.

- **Necesidades estratégicas:** son aquellas que son necesarias para contribuir a la consecución de objetivos estratégicos o globales de la Compañía. Se detectan al inicio del año, cuando los managers y los HR Business Partner se reúnen con el fin de determinar las necesidades estratégicas y priorizar, según presupuesto y calendario, las que se llevarán a cabo ese año.

El enfoque principal de la estrategia de formación en Altadis radica en el



mayor alineamiento con las necesidades del negocio mediante la puesta del foco en aquellas necesidades de aprendizaje con proyectos o herramientas estratégicas/as:

✓ Potenciar el aprendizaje en el puesto de trabajo: El aprendizaje experiencial en el puesto de trabajo.

✓ Mayor foco en las academias: Las academias se han convertido en el centro de la oferta formativa.

✓ Liderazgo: Los líderes, como prioridad y centro del desarrollo, disponen de su propio Portal de Liderazgo.

Para regular todas las acciones formativas derivadas de las mismas se ha definido la Política de Formación y Aprendizaje, así como la Política de Idiomas.

• Política de formación y aprendizaje – Objetivos y roles

El objetivo de la Política de Formación en Altadis se centra en contribuir a implantar la transformación de la formación y el aprendizaje en todas las sociedades del Grupo Imperial Brands en España y Portugal.

El Grupo ha avanzado hacia un modelo de Liderazgo, donde el protagonismo del desarrollo profesional recae en todos y

cada uno de los empleados que forman la organización. En este sentido, se han identificado los siguientes roles, claves en el nuevo modelo:

- El empleado es el responsable de liderar su propio aprendizaje a través de su plan de desarrollo anual. Este plan se prepara al comienzo del año fiscal, bajo el modelo 70/20/10 (70% correspondería a experiencias en el trabajo, como proyectos, el 20% sería el feedback o aprendizaje de las personas con las que se trabaja, y el 10% serían los conocimientos adquiridos en las formaciones) y se comparte con el manager para un correcto seguimiento, a través de las conversaciones de desarrollo.

- Los managers son los impulsores del desarrollo de sus equipos. Para ello, desarrollan habilidades y mantienen las conversaciones necesarias para favorecer el desarrollo profesional de los empleados a su cargo.

- Los HRBP (HR Business Partner) se aseguran de que todos los empleados tienen su plan de desarrollo anual, adecuado a sus necesidades. En este sentido, prestan el asesoramiento necesario y dan soporte a los managers para que el desarrollo efectivo se produzca. También se aseguran de que los procesos asociados a esta política se cumplen en el fondo y en la forma.

- El área de "Aprendizaje" es referencia de todo el proceso de aprendizaje, dando soporte de forma general a la organización y estando en contacto permanente con el Global Capability Team para continuar impulsando la transformación, el empoderamiento del empleado y la mejora continua del sistema.

Asimismo, esta política pretende fijar aquellos otros criterios que deban regular la estructura del área de aprendizaje y los requisitos de asistencia a las sesiones que forman parte de los diferentes proyectos estratégicos dentro del año fiscal vigente.

• Transformación y digitalización de la formación

La oferta formativa actual de la Compañía ofrece una amplísima selección de herramientas a las que se puede acceder en cualquier momento y lugar, siendo el Portal de Aprendizaje la herramienta principal disponible para todos los empleados de Altadis y del resto de sociedades del Grupo.

La Compañía pone a disposición del empleado el Portal de Learning, en el que existen cursos on-line, seminarios, webinars, academias según el área de especialización, formación en Performance Management, Liderazgo e información actualizada del negocio y la estrategia que Imperial Brands desarrolla globalmente.

• Política de formación de idiomas

La Política de Idiomas tiene como objetivo regular los requisitos necesarios para acceder al programa de idiomas de la Compañía. Entre los elementos reguladores de la misma destacamos unos requisitos necesarios para que el empleado pueda acceder al programa. A este respecto, se ha diseñado un cuestionario digital de nueve preguntas que cumplimenta el manager y en el cual se analiza el grado de necesidad real, según el puesto o funciones asignadas. El área de Re-

ursos Humanos verifica si el empleado cumple los requisitos mínimos para acceder al programa de idiomas. El empleado debe cumplir estos tres requisitos imprescindibles para acceder al mismo:

1. El solicitante debe tener la consideración de empleado en alguna de las entidades jurídicas del clúster.

2. El empleado debe acreditar un nivel mínimo de idioma B1. Se facilitará prueba de nivel si fuera necesario.

3. En el cuestionario de nueve preguntas, el manager tiene que demostrar que el empleado cumple al menos seis de los nueve requisitos.

• Requisitos para permanecer en el programa de idiomas

La permanencia en el programa de idiomas está determinada por la asistencia al mismo (el empleado debe alcanzar un 75% de asistencia en el cómputo anual para todas las modalidades de aprendizaje), la evolución del idioma (el empleado debe demostrar una evolución en su nivel para poder acceder al siguiente curso) y la realización del itinerario formativo (completar un total de actividades antes de la fecha de finalización).

• Horas de Formación 2020

	HORAS DE FORMACIÓN 2019	HORAS DE FORMACIÓN 2020
Directivos	127	152
Técnico / Administrativo	4.378	1.534
Personal Base	6.578	1.963
TOTAL	11.083	3.648

• Evaluación de las acciones de aprendizaje y programas formativos

Algunos de los programas formativos y acciones de aprendizaje y desarrollo ofertados se someten a una evaluación a través de una encuesta que se envía al asistente justo después de asistir a la misma (ya sea on-line o presencial), y en la que se solicita que se evalúen diferentes aspectos referentes a la calidad, duración, objetivo y metodología de la formación. Estos indicadores son analizados por Recursos Humanos para garantizar la calidad de las acciones formativas y proveedores con los que trabajamos.

Asimismo, el crecimiento de los empleados tiene que estar reforzado por un plan de desarrollo que contempla varios prismas de aprendizaje

- El foco es el desarrollo profesional del empleado, relacionándolo con su rol y su función.

- Se ayuda al empleado y al manager a detectar aquellas áreas dónde el empleado tiene que mejorar para crecer.

- Se le ofrece la estructura de formación (multicanal) que debería seguir para mejorar.

El descenso tan significativo de las horas de formación en este FY20 (- 67% respecto a FY19) se debe principalmente a la situación tan atípica derivada del COVID-19 que ha impedido llevar a cabo las formaciones presenciales, las cuales

generalmente constituyen el grueso de las horas de formación de la Compañía. Este año se ha querido incluir la información adicional de horas de formación en 2020 desglosadas por sexo, con el objetivo de lograr una mayor transparencia en el informe.

HORAS DE FORMACIÓN 2020	MUJERES	HOMBRES
Directivos	35	116,5
Técnico / Administrativo	601,5	932,15
Personal Base	298,5	1.664,5
TOTAL	935	2.713,15

La Compañía también está trabajando en un registro de actividades formativas no registradas hasta la fecha (dado que no se tiene constancia del porcentaje de las horas ofertadas que han sido efectivamente impartidas en el presente ejercicio) pero que podrían suponer al menos 19 horas más de formación media por empleado. Esta formación engloba iniciativas desarrolladas a nivel interno en materia de convenciones nacionales anuales, convenciones de ventas para todos los empleados y formación de carácter interno (performance, legal, etc).

4.8. Implantación de políticas de desconexión laboral

Si bien no se cuenta con una política formalizada en materia de desconexión laboral, en Altadis se vela por que los empleados no superen el horario de trabajo asignado y en ningún caso se les solicita realizar tareas laborales fuera de su jornada. Para ello, se trabaja para garantizar que las cargas de trabajo estén ajustadas a las horas de trabajo disponibles.

5 GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL



- 5.1 Enfoque de la Compañía
- 5.2 Uso sostenible de los recursos
- 5.3 Lucha contra el cambio climático
- 5.4 Contaminación Atmosférica
- 5.5 Contaminación acústica y lumínica
- 5.6 Economía circular y prevención y gestión de residuos
- 5.7 Protección de la Biodiversidad

5.1. Enfoque de la Compañía

• Política Ambiental

La Fábrica de Cantabria vela por ser respetuosa con el medio ambiente, mejorando el desempeño ambiental de sus procesos y desarrollando productos que cumplan con las normativas ambientales.

El compromiso de Altadis en la gestión ambiental de sus procesos permite establecer unos principios y directrices claves en materia ambiental que ayudan a garantizar la protección del entorno y procuran un desarrollo sostenible de las actividades, cumpliendo las estrategias y objetivos ambientales.

La actividad industrial de la fábrica no es agresiva con el medioambiente, pero a pesar de ello, esta instalación siempre ha estado comprometida con el medioambiente. Su política ambiental demuestra este compromiso, basado en dos puntos claves para la mejora ambiental:

- La prevención de la contaminación y la minimización de los impactos ambientales negativos.

- El uso eficiente de la energía, así como el compromiso de mejora continua del desempeño energético.

El sistema de gestión ambiental, certificado bajo la norma ISO 14001 desde el año 2006, avala este compromiso, el cual ha resultado en una mejora continua y en una reducción de los consumos que permite alcanzar la eficiencia en la gestión y asegurar a la vez el cumplimiento de los requisitos legales aplicables.

Mediante el mencionado sistema de gestión ambiental se planifican objetivos, metas y planes de acción ambientales, revisados periódicamente en los Comités de Gestión Ambiental. En dichas reuniones se identifican sistemáticamente los riesgos y peligros relacionados con el medioambiente y se evalúan, se eliminan, se reducen o se controlan eficazmente, optimizándose la

tecnología y el diseño de los procesos, así como la operación de las instalaciones, adquiriéndose también productos y servicios energéticamente eficientes.

Por otra parte, el mínimo impacto medioambiental del edificio de Oficinas Centrales en Madrid ha visto recompensado su desempeño en este sentido mediante el recibo de la certificación Breeam con calificación de “Muy Bueno” hasta mayo de 2020, estando actualmente la certificación en proceso de renovación.

• Sistema de Gestión Ambiental

El modelo de gestión ambiental de la Fábrica de Cantabria está basado en los principios de mejora del desempeño ambiental. Dicho modelo contempla los aspectos ambientales desde una perspectiva de ciclo de vida, así como la determinación de riesgos y oportunidades para asegurar la mejora y los resultados planificados.

En este sentido, el sistema de gestión ambiental implementado en la fábrica es verificado y certificado por entidades independientes y acreditadas, según la norma internacional ISO 14001, desde el año 2006.

Este modelo permite constituir sistemáticas para identificar y evaluar riesgos y oportunidades ambientales para la mejora del sistema, el cual se articula en base a los siguientes elementos:

- La política ambiental se basa en el principio de precaución, respetando la conservación y mejora del medio natural a través de la implementación de controles, tales como el control de emisiones a la atmósfera, el control de vertido de líquidos de proceso, la gestión y transporte de residuos con gestores autorizados para resi-

duos peligrosos y de vertedero, el control de los productos químicos en almacenes autorizados y la conducción de aguas residuales, fecales y pluviales al sistema de saneamiento del polígono industrial.

- La aplicación del principio de precaución a través de la dedicación de recursos ante los riesgos y la consideración de provisiones y garantías ambientales.

- Análisis de riesgos ambientales a través de un procedimiento de cuantificación del riesgo, con la evaluación de aspectos significativos basados en frecuencia, gravedad y cantidad.

- Identificación, evaluación y minimización o aprovechamiento de las afecciones ambientales identificadas en los análisis de riesgos y oportunidades.

- Identificación y verificación de requisitos legales mediante una herramienta online de normativa y requisitos legales que permiten gestionar el cumplimiento de las obligaciones administrativas y otros compromisos adquiridos.

- Control operacional mediante la recopilación de información cuantitativa, permitiendo gestionar la evolución ambiental de los procesos, fijar objetivos y definir estrategias.

- Registro y clasificación de los incidentes y accidentes ambientales en la Fábrica de Cantabria. Durante el ejercicio fiscal 2020 se registraron dieciséis incidentes ambientales, la totalidad de los cuales han sido investigados y solucionados mediante la aplicación de medidas correctoras.

- Implantación de herramientas para la mejora continua mediante grupos



y programas de mejora, identificación y difusión de lecciones aprendidas y buenas prácticas.

- Fijación de objetivos anuales ambientales, tomando como referencia la identificación continua de los aspectos ambientales más significativos en los sistemas de gestión y los objetivos ambientales del Grupo.

• Recursos

El sistema de gestión ambiental forma parte de las funciones y responsabilidades de todos los empleados de la fábrica. La fábrica dispone de un departamento de medioambiente formado por dos personas responsables de impulsar la gestión ambiental. Aparte de los recursos internos, se trabaja con servicios líderes en el sector ambiental para abordar las actividades de gestión de residuos, control de contaminantes, reducción de ruido o identificación y verificación de requisitos legales, entre otras.

• Gestión del Riesgo

La fábrica está certificada bajo la norma ISO14001:2015, la cual se trata de una versión de la norma que está actualizada con un nuevo enfoque específicamente basado en el riesgo. Esto permite a la fábrica realizar la planificación dentro del sistema de gestión ambiental mediante la implementación de acciones para gestionar el riesgo y aquellas oportunidades que puedan surgir, con el fin de asegurar la consecución de los resultados previstos, el aumento de los efectos deseables, la prevención o la reducción de efectos no deseados y el logro de una mejora.

En la evaluación de riesgos y oportunidades, los aspectos e impactos con mayor afectación en el proceso industrial son:

Directos

- **Energía:** Agotamiento de recursos naturales, generado por la actividad de climatización en las naves industriales y almacenes de fábrica.

- **Generación de residuos:** Aumento del volumen de residuos, especialmente de aquellos enviados a vertedero, por la actividad de reorganización del parque de maquinaria, incrementando los residuos no peligrosos (chatarra).

Potenciales o Indirectos

- **Emisiones atmosféricas y polvo:** Contaminación atmosférica por combustión en actividad indirecta del sistema de transporte de materiales y productos terminados.

- **Generación de residuos y contaminación de los suelos:** Actividad de limpieza por la generación de residuos peligrosos de detergentes y por las actividades de mantenimiento que generan residuos de aceites y materiales absorbentes contaminados.

Riesgos y Oportunidades del Año Fiscal 2020

- **Vertidos incontrolados por los fregaderos/arquetas:** mitigado a través del seguimiento de parámetros en analítica de vertido de procesos y fecales.

- **Incumplimiento del calendario de inspecciones ambientales:** mitigado a través de la elaboración de un calendario de inspecciones ambientales y el establecimiento de un mínimo de inspecciones en el año fiscal.

5.2. Uso sostenible de los recursos

• Consumo de Energía

Altadis tiene un consumo total de energía, incluyendo las Oficinas Centrales y la Fábrica de Cantabria, de 21.708 GJ. Este consumo total se encuentra repartido entre consumo de gas natural y mayoritariamente, electricidad, la cual proviene en su totalidad de fuentes renovables certificadas.

Respecto a las principales fuentes de energía de la Oficinas Centrales de Madrid:

- La única fuente de consumo energético se trata de energía eléctrica.

- Durante todo el ejercicio fiscal 2020 se ha acumulado un consumo de energía

eléctrica procedente de fuentes renovables de 284.354 kWh, lo cual equivale a 1.024 GJ.

Respecto a las principales fuentes de energía de la Fábrica de Cantabria:

- Durante todo el ejercicio fiscal 2020 se ha acumulado un consumo de energía eléctrica procedente de fuentes renovables de 3.916.498 kWh, lo cual equivale a 14.099 GJ.

- Durante todo el ejercicio fiscal 2020 se ha acumulado un consumo de energía térmica procedente de combustión de gas natural para la generación de ACS, climatización y generación de vapor de 1.829.092 kWh, lo cual equivale a 6.585 GJ.

A modo de resumen, los datos anteriores quedan recogidos en la siguiente tabla:

Consumo Energético (GJ)		FY19	FY20
Consumo de electricidad dentro de la organización	Fuentes no renovables	0	0
	Fuentes renovables (Fábrica y Oficinas)	19.430	15.123
Consumo de combustibles (Gas natural fábrica)		8.648	6.585
Consumo total de energía dentro de la organización:		28.078	21.708

El descenso interanual observado se debe principalmente a la reducción de la actividad en ambos centros de trabajo de la Compañía como consecuencia de las medidas de confinamiento y reducción de movimiento impuestas por el Gobierno para frenar el avance de la pandemia de COVID-19. Asimismo, el consumo total de energía en el año fiscal 2020 se corresponde a una intensidad energética de 44,76 GJ por empleado, habiendo tenido en cuenta un total de 485 trabajadores (183 correspondientes a la Fábrica de Cantabria y 302 correspondientes a las Oficinas Centrales y a la Fuerza de Ventas).

El consumo de electricidad exclusivamente proveniente de fuentes renovables en las instalaciones de Altadis representa una de las medidas adoptadas por la Compañía para mejorar en este aspecto. No obstante, además de consumir electricidad obtenida de forma respetuosa con el medio ambiente, Altadis genera energía térmica para precalentar el agua de los aseos en las Oficinas Centrales a través de paneles solares instalados en el edificio.

En relación a las medidas adoptadas por la Compañía para prevenir o reducir el

consumo energético y mejorar así la eficiencia energética, se puede citar que en las Oficinas Centrales el 80% de la iluminación en el interior del edificio es LED. La instalación de esta tecnología implica ahorros energéticos debido a que la fuente, por su propia naturaleza, consume una potencia menor en comparación con las lámparas tradicionales, siendo hasta cinco veces más eficiente que la mayoría de las lámparas halógenas y diez veces más duradera que las incandescentes. Además, en los aseos de todas las plantas se instalaron pulsadores temporizados, una medida muy eficaz para ahorrar energía eléctrica. En un futuro, es muy posible que se realice la instalación de detectores de presencia en zonas comunes y en los aseos.

En la Fábrica de Cantabria se dispone de un sistema ESCADA de climatización basado en consumo energético en base a la producción y las condiciones ambientales, optimizando el consumo en la climatización con consignas variables de temperatura o en iluminación con el apagado/encendido de luz exterior.

• Consumo de agua

Altadis gestiona el agua de forma responsable. Para ello, realiza un control periódico de los consumos y aplica las mejores técnicas disponibles para reducir el consumo, tales como la instalación de grifería temporizada en los aseos del edificio de las Oficinas Centrales.

El consumo total de agua en Altadis durante el último año fiscal, conjuntamente entre las Oficinas Centrales y la Fábrica de Cantabria, ha sido de 7.449 m³. Este dato representa un marcado descenso del consumo respecto al ejercicio anterior, principalmente causado por la reducción de la actividad en ambos centros de trabajo de la Compañía como

consecuencia de las medidas de confinamiento y reducción de movimiento impuestas por el Gobierno para frenar el avance de la pandemia de COVID-19.

A continuación, se muestra el desglose del consumo por instalación:

Consumo de Agua (m ³)	FY19	FY20
Oficinas Centrales	1.584	1.276
Fábrica de Cantabria	9.828	6.173

El consumo de agua en las Oficinas Centrales proviene de la red municipal, mientras que en la Fábrica de Cantabria proviene del suministro del proveedor local al polígono.

Dentro del programa medioambiental para el año fiscal 2020 se fijó como objetivo reducir el consumo de agua un 25% respecto al ejercicio anterior, con un programa de detección de fugas y análisis de consumos sectorizado, consiguiéndose finalmente reducir el consumo un 37% con respecto al año anterior, si bien el confinamiento resultante de la pandemia mundial de COVID-19 ha podido influir en el descenso de este consumo.

Para el año fiscal 2021 se ha establecido como objetivo mantener el consumo del año anterior. Para ello, se va a instalar un contador de agua en la caldera de vapor y mejorar el proceso de descalcificación del agua.

• Consumo de materias primas

El consumo de materias primas en la Fábrica de Cantabria de Altadis se divide en dos grandes grupos: por una parte está el tabaco, y por otra parte están el resto de materiales asociados a la producción.

El tabaco supone la materia prima de mayor peso respecto al total, ascendiendo su



consumo a 1.120 toneladas durante el año fiscal 2020. Esto supone un aumento respecto a las 958,6 toneladas de tabaco consumido reportadas en el ejercicio anterior, lo cual se explica por la inclusión de categorías de tabaco adicionales en el dato del presente ejercicio con el fin de ofrecer una visión más completa del desempeño de la Compañía al respecto.

En esta ocasión, el volumen de tabaco reportado reúne los fardos sin procesar, los recortes y el tabaco picado, tanto adquiridos directamente para su procesamiento

en la Fábrica de Cantabria como empleados externa y posteriormente en el proceso productivo.

El resto de materias primas se refieren a los non-tobacco materials, es decir, todos los materiales utilizados para la fabricación sin incluir el tabaco. Estos materiales incluyen cajas de cartón, papel de tabaco, adhesivos, flejes, etiquetas, etc.

En la siguiente tabla se recogen los distintos tipos de materias primas, con su porcentaje del valor total de consumo:

Item	% Valor Total
Cajetillas/empaquetado de cartulina o latas metálicas	41,21%
Papel de tabaco homogeneizado (para capillos de cigarro)	16,87%
Etiquetas autoadhesivas	9,31%
Varillas de filtro acetato	8,06%
Expositores de cartulina o plásticos de grupos de cajetillas	4,43%
Polipropileno envolvente de cajetillas o agrupación de cajetillas	3,71%
Cajas de cartón	3,26%
Envolvente cubrepuros de papel o metalizado	3,06%
Adhesivos	2,97%
Varillas de filtro de acetato, mentol, carbón activo	2,73%
Papel hidrofugado (boquilla de cigarrillos)	1,75%

Sigue

Item	% Valor Total
Cartulina para refuerzo interior de cajetillas	0,80%
Opérculos de sellado o cupones de papel para promociones	0,54%
Ingredientes	0,32%
Flejes	0,32%
Papel de tabaco homogeneizado (para capa de cigarrillos)	0,29%
Tira de desgarre	0,15%
Precinto autoadhesivo	0,10%
Ribbons: Tintas de bobinas para impresoras de etiquetas	0,06%
Precinto adhesivo de cierre plásticos y de papel	0,05%

5.3. Lucha contra el cambio climático

La política en la fábrica frente al cambio climático se basa en responder a la demanda ofreciendo productos sostenibles para los consumidores dentro del cumplimiento de las normativas legales aplicables y focalizadas especialmente en el ahorro energético, con el fin de disminuir la generación de gases de efecto invernadero (GEI), reducir residuos y utilizar proveedores de energía de fuentes limpias.

Los pilares son:

- **Eficiencia energética:** La fábrica dispone de un sistema de gestión de energía basado en la eficiencia de todos sus procesos, para lo cual cuenta con la ayuda de herramientas de monitorización continua del consumo (tal como el sistema ESCADA) y líneas base energéticas de ahorro.

- **Uso de energías renovables:** El consumo de la energía eléctrica proviene de fuentes renovables certificadas por el proveedor ACCIONA GREEN ENERGY DEVELOPMENT 100%.

- **Suministro de productos y servicios que se adapten al cambio climático:** Dicho suministro está basado en la reducción de materiales de embalaje y en la optimización de los servicios de distribución.

- **Reciclaje de materiales del proceso productivo:** La fábrica dispone de un sistema de valorización de residuos vegetales resultantes del procesado del tabaco para su posterior utilización como compost vegetal.

- **Reducción de las emisiones** basada en el ahorro energético.

- **Uso de gases refrigerantes respetuosos con el medioambiente,** cumpliendo con la legislación aplicable y siguiendo un riguroso sistema de mantenimiento preventivo para limitar las pérdidas y escapes de gas. Los sistemas de gases refrigerantes que utiliza la fábrica son R-134A, R-404A y R-407C, gases homologados que cumplen la normativa vigente. Los equipos de refrigeración pasan sus revisiones de control y detección de fugas en función de su frecuencia por carga de gas.

Existen ejemplos de estos pilares de la lucha de Altadis contra el cambio climático, los cuales se ven reflejados en el programa de mejora ambiental del ejercicio fiscal 2020 y se muestran a continuación:

1. Reducción del consumo de energía eléctrica y del consumo de gas al aumentar el nivel de concienciación en aspectos de eficiencia energética entre los empleados.

Se ha producido una disminución del consumo de energía eléctrica acumulada con acciones como:

- Sustitución de alumbrado por LED en taller de tiruleras, PPR, almacenes y alumbrado exterior.
- Modificación de acumuladores de ACS en vestuarios.
- Apagado de cámaras de secado mediante optimización de uso de otras cámaras.

- Regulación de aire acondicionado en oficinas

2. Reducción en la generación de residuos de adhesivos de máquinas liadoras.

• Huella de carbono

En la Fábrica de Cantabria, dentro de las emisiones de alcance 1 se encuentra el consumo de gas natural para los equipos de climatización y generación de vapor de la fábrica, así como las potenciales fugas de gases refrigerantes de los equipos de climatización que en el último ejercicio no se han producido. Por tanto, en el ejercicio fiscal 2020, las emisiones de alcance 1 en la fábrica han sido de 333 tCO₂eq, correspondientes principalmente al consumo de gas natural⁽⁷⁾.

Asimismo, y como se ha mencionado anteriormente, la fábrica contrata electricidad exclusivamente proveniente de fuentes de energía renovable, por lo que se produce una ausencia de emisiones de alcance 2.

FÁBRICA DE CANTABRIA	FY19	FY20
Emisiones de Alcance 1 [tCO ₂ eq]	488 tCO ₂ eq	333 tCO ₂ eq
Emisiones de Alcance 2 [tCO ₂ eq]	0 tCO ₂ eq	0 tCO ₂ eq



⁽⁷⁾ Las emisiones de alcance 1 derivadas del consumo de gas natural, se han calculado a partir del factor de emisión proporcionado por el MITECO ("Factores de emisión para el Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de CO₂. Versión 15, junio 2020").

En las Oficinas Centrales, la principal fuente directa de emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a la actividad de la Compañía es el CO₂ emitido por los vehículos conducidos por los comerciales, lo cual supone su contabilización como emisiones de alcance 1. Esta actividad ha contribuido a que en el ejercicio 2020, las emisiones de alcance 1 en las Oficinas Centrales hayan sido de 758 tCO₂eq⁽⁸⁾ (una reducción considerable teniendo en cuenta las 886 tCO₂eq emitidas en el ejercicio 2019).

Al igual que en el caso de la Fábrica de Cantabria, la totalidad de la energía eléctrica correspondiente a las Oficinas Centrales proviene de fuentes renovables certificadas por el proveedor ACCIONA GREEN ENERGY DEVELOPMENT 100%, por lo que se mantienen en 0 (al igual que en el ejercicio anterior).

Asimismo, en las Oficinas Centrales de Madrid, las emisiones de alcance 3 han sido de 42 tCO₂eq⁽⁹⁾, una mejora respecto a las 58 tCO₂eq correspondientes al ejercicio 2019. En este punto se incluyen las emisiones producidas por los vehículos de empresa de los directores.

A nivel de organización, la intensidad de las emisiones de Alcance 1 en Altadis es de 2,25 tCO₂eq por empleado. La intensidad de las emisiones de Alcance 2 en Altadis es nula, tanto en las Oficinas Centrales como en la Fábrica de Cantabria. Por último, la intensidad de las emisiones de Alcance 3 en Altadis es de 0,09 tCO₂eq por empleado.

Todas las reducciones de emisiones están basadas en ahorros energéticos y también en parte por la reducción de la actividad en ambos centros de trabajo de

la Compañía como consecuencia de las medidas de confinamiento y reducción de movimiento impuestas por el Gobierno para frenar el avance de la pandemia de COVID-19.

En cuanto a las medidas adoptadas por la Compañía para prevenir, reducir o compensar las emisiones de gases de efecto invernadero que ha generado, cabe destacar que, con el fin de reducir el consumo de combustible de la flota de vehículos aportados por la Compañía, Altadis ha implementado un modelo comercial que lleva implícito una menor movilidad de todo el parque de vehículos. Específicamente, se ha pasado de un modelo de especialización de roles comerciales a un modelo de gestión única de territorios. Este nuevo modelo implica que todos los clientes que hay dentro de una misma área geográfica son gestionados por un único comercial.

• Metas de reducción de emisiones de GEI

Como meta futura establecida para reducir estas emisiones a medio y a largo plazo, se tiene prevista la renovación completa de la flota en aproximadamente 6 meses a fecha de publicación de este informe. También existe un plan formalizado de reducción de emisiones con metas específicas a corto plazo, que consiste en la reducción de emisiones por vehículo de la futura flota, con el fin de que emita por debajo de los 120 g de CO₂/km.

5.4 Contaminación atmosférica

En las Oficinas Centrales, la única emisión de contaminantes a la atmósfera que podría producirse sería debido a la fuga de gases fluorados existentes en el sistema de climatización del edificio. No obstante,

⁽⁸⁾ Las emisiones de alcance 1 de la flota de vehículos de comercial, se ha calculado a partir del factor de emisión proporcionado por el MITECO ("Factores de emisión para el Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de CO₂. Versión 15, junio 2020").

⁽⁹⁾ Las emisiones de alcance 3 de la flota de vehículos de dirección, se ha calculado a partir del factor de emisión proporcionado por el MITECO ("Factores de emisión para el Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de CO₂". Versión 12, abril 2019).



la empresa externa que mantiene un seguimiento de dicha información en su registro de control de fugas de gases refrigerantes no ha cumplimentado el mismo debido a la ausencia de incidentes hasta la fecha.

Asimismo, la Fábrica de Cantabria no está incluida dentro de las empresas que requieren la Autorización Ambiental Integrada (AAI), considerando que el impacto de las instalaciones en materia de contaminación atmosférica es bajo.

5.5 Contaminación acústica y lumínica

Los impactos ambientales de las instalaciones de Altadis asociados al ruido, así como a la contaminación lumínica, están continuamente medidos y debidamente gestionados.

Desde las Oficinas Centrales no se produce contaminación acústica alguna debido a que se encuentran en un entorno urbano. Tampoco hay contaminación lumínica debido a que la iluminación interior

del edificio no se mantiene encendida pasadas las 22:00 horas.

Asimismo, los niveles de ruido en el entorno de la fábrica, situada en un polígono industrial sin afectación a zonas residenciales o entornos naturales, cumplen con los criterios de la ordenanza municipal del Ayuntamiento de Entrambasaguas⁽¹⁰⁾. Del mismo modo, la contaminación lumínica no se considera significativa porque no hay actividad productiva en turno nocturno.

A este respecto, cabe incidir que, como muestra el análisis de materialidad efectuado por la Compañía, tanto el ruido como la contaminación lumínica no constituyen aspectos materiales para la actividad de Altadis.

5.6 Economía circular y prevención y gestión de residuos

Altadis gestiona los residuos de sus instalaciones de maneras distintas, atendiendo al tipo de residuos generados por las

⁽¹⁰⁾ Boletín Oficial de Cantabria extraordinario, número 6 de 3 de diciembre de 1992

actividades de cada una. Como tal, la generación de residuos de Altadis en el último año fiscal ha sido de 319,8 toneladas, lo que supone cerca de la mitad de las 523,3 toneladas de residuos generadas en el año fiscal 2019. Este descenso observado se debe principalmente a la reducción de la actividad en ambos centros de trabajo de la Compañía como consecuencia de las

medidas de confinamiento y reducción de movimiento impuestas por el Gobierno para frenar el avance de la pandemia de COVID-19.

A continuación, se muestran los tipos de residuos, desglosados según en qué instalación se hayan generado, junto con su peso:

Generación de Residuos {t}	FY19	FY20
----------------------------	------	------

OFICINAS CENTRALES	18,6	10,5
Residuos No Peligrosos	18,6	10,5
Orgánico	14,8	8,6
Envases	2,2	1,1
Vidrio	0,02	0
Papel y cartón	1,6	0,8
Total Residuos Peligrosos	0	0

FÁBRICA DE CANTABRIA	504,6	309,3
Residuos No Peligrosos	499	302,2
Vertedero-Basura	44,7	31,9
Pallets	67,6	45,7
Polvo tabaco	74,0	64,4
Yagua	66,0	47,3
Chatarra	20,6	7,9
Carton Kraft	123,2	42,4
Papel-Carton	70,5	55,2
Plástico	11,1	7,6
Otros	20,3	0
Total Residuos Peligrosos	5,6	7,1

En las Oficinas Centrales se certifica que se han generado a lo largo del último ejercicio fiscal un total de 10,54 toneladas.

Todos los residuos son retirados por un gestor autorizado, el cual afirma que su destino final para el correcto tratamiento y eliminación de los mismos consiste:

- En el caso del vidrio, está destinado a reciclaje
- El caso de los residuos orgánicos, se someten a triaje para su posterior selección en compostaje
- En el caso de los envases, también se destinan a triaje para su posterior selección para valorización

Por lo expuesto anteriormente, se cumple con el compromiso de sostenibilidad adquirido, tanto por la empresa Atreva, que gestiona la recogida del residuo producido, como por Altadis.

Cabe mencionar que, de los residuos generados de la propia actividad de mantenimiento (aceite del ascensor hidráulico, lámparas, pinturas, etc.) se encargan las empresas Grupo Norte e Inertia, así como que la gestión del residuo de tóner de las distintas impresoras se lleva a cabo por parte de otro gestor autorizado, Ilunion IT Services, cuyo control y gestión es responsabilidad del departamento de Sistemas de Información.

A lo largo de este año fiscal no se ha producido ninguna recogida de tóner debido a la política de trabajar sin papeles y la implantación del teletrabajo debido al COVID-19, lo cual ha resultado en un uso muy limitado de tóner.

En Oficinas Centrales, aparte de la segregación de los diferentes tipos de residuos no peligrosos, se aplican una serie de medidas para prevenir la producción de residuos y fomentar su reciclaje y/o reutilización, entre las cuales se encuentran las siguientes:

- Se ha procedido al cambio de botellas de agua de plástico por botellas de agua en tetrabrik, con el fin de eliminar el exceso de generación de residuos plásticos.
- En enero de 2020 se entregó a cada trabajador una botella-termo para rellenar de forma continuada en las diferentes fuentes que se encuentran en el edificio y evitar igualmente lo anterior.
- Se reciclan los tapones de plástico, por iniciativa particular de un trabajador.
- Se dispone de un contenedor para la recogida de pilas, que se vacía en otro contenedor mayor ubicado en un centro comercial próximo al edificio con el fin de que sea retirado por un gestor autorizado.

En relación a la Fábrica de Cantabria, se ha visto una reducción en la generación de residuos no peligrosos, cuyo total ha ascendido a las 302,2 toneladas de las cuales se reciclaron 270,3 toneladas (tasa de reciclado del 89,5%) y se llevaron a vertedero las 31,9 toneladas restantes.

Por otra parte, la generación de residuos peligrosos total ha sido de 7,1 toneladas. Los principales residuos peligrosos son materiales absorbentes impregnados de aceites, grasas, residuos de contenedores de materiales inflamables y peligrosos, pilas, fluorescentes y el agua de proceso del sistema de captación de grasas.

Respecto al tratamiento de los residuos, la Fábrica de Cantabria apuesta por un proceso de reciclaje de materiales orgánicos que son residuos derivados del proceso; el polvo de tabaco, la vena de tabaco y la envuelta de hojas de palma en el tabaco son materiales que no son enviados a vertedero. Asimismo, la fábrica gestiona con un proveedor la valorización de residuos vegetales para su utilización como compost vegetal.

5.7 Protección de la Biodiversidad

Desde Altadis no se han tomado medidas específicas para preservar o restaurar la Biodiversidad, ya que la actividad de la Compañía no tiene un impacto directo en la misma.

Sin embargo, desde el Grupo Imperial Brands, se ha promovido el Programa de Tabaco Sostenible (“Sustainable Tobacco Program”), a través del cual se requiere a todos los proveedores de tabaco del Grupo unos estándares mínimos de responsabilidad social y medioambiental. El programa se basa en un sistema de puntuación a los proveedores; a mayor puntuación, más posibilidades de trabajar con ellos de forma repetida. Las compras de tabaco de Altadis se encuentran centralizadas a nivel Grupo, por lo que se enmarcan dentro del programa.

Los tres ejes principales en los que se basa el Programa de Tabaco Sostenible son: la lucha contra el trabajo infantil, el aseguramiento del sustento y el bienestar de los agricultores, y la realización de planes de reforestación.

Una de las iniciativas más importantes llevadas a cabo como parte de este programa en relación con la protección de la biodiversidad consiste en los planes de reforestación de las zonas donde la producción de tabaco

tiene más impacto, lo cual aporta tanto beneficios medioambientales como beneficios económicos a los agricultores locales por contar con madera a bajo coste y sin necesidad de transporte. Asimismo, se están impulsando iniciativas para lograr la sostenibilidad de la madera de los agricultores de cara al año 2022. Con un abastecimiento sostenible de madera, los agricultores podrán usar madera en el proceso de tratamiento del tabaco sin dañar el medioambiente local.

6

GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO



• Política de Compras

La visión principal del área de compras es la de ofrecer el mejor valor, a la vez que se mejora la interacción interna entre las partes interesadas y se minimiza el gasto y el riesgo a lo largo de todo el Grupo Imperial.

Con estos objetivos, y ligada al resto de políticas del Grupo Imperial, se define la Política de Compras, la cual promueve la implementación de estándares y procesos simples y efectivos, además de tener un marcado carácter innovador y proactivo en la identificación de oportunidades para la Compañía.

La función de compras fomenta la profesionalización de las adquisiciones a través de la competición entre proveedores y asegurando un control y seguimiento de los procesos más importantes en su ámbito de acción, como son la gestión de categorías y proveedores, S2C, gestión de acuerdos y contratos y la planificación, consecución y evaluación del beneficio.

Si bien la Política de Compras tiene un carácter principalmente operativo, se debe interpretar de forma conjunta con el Código de Conducta, el cual hace referencia a cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales de debido cumplimiento. Asimismo, en Altadis es sabido que, para poder crear, desarrollar y mantener un negocio sostenible, es imperativo actuar de forma responsable e íntegra. El área de compras tiene interiorizados estos valores y por ello los componentes de sus equipos trabajan cumpliendo y haciendo cumplir las normas éticas y de conducta en las relaciones comerciales, además de gestionar la adquisición de bienes y servicios bajo los criterios de calidad, coste, servicio y sostenibilidad definidos por la estrategia de la Compañía y en el marco de su Código de Conducta.

• Selección de proveedores

- Homologación de proveedores

La selección de proveedores se efectúa de forma consensuada con los componentes de los equipos solicitantes, garantizando de esta forma la integración de un procedimiento colaborativo y que avanza acorde a los criterios definidos.

A la hora de la selección y homologación de proveedores, en función del bien o servicio a adquirir, el departamento de compras sigue los procesos establecidos para cada caso, aumentando la exigencia de los requisitos a seguir según aumenta el nivel de gasto y relevancia estratégica de la categoría de compra.

Como condición sine qua non para su homologación, todos los proveedores deben adoptar el Código de Conducta de la Compañía mediante su firma del mismo, pasar una revisión y evaluación de su estado corporativo, así como firmar acuerdos de confidencialidad y garantizar el cumplimiento de las regulaciones sobre protección de datos.

Dentro del presente ejercicio, con el fin de profundizar en el conocimiento de los proveedores y mejorar la experiencia de colaboración, Altadis ha incorporado diversos apartados específicos sobre materias relacionadas con certificaciones, RSC y ética social y profesional a su Cuestionario de Homologación de Proveedores A de Servicios. Además, se ha lanzado una consulta masiva a los proveedores de Servicios sobre cuestiones relativas a la sostenibilidad, lo cual supone un criterio fundamental para el desarrollo de la relación comercial de cara a tener mayor información sobre cada uno de los proveedores.

- Auditorías

En función de la categoría de compras, se realizan de forma periódica evaluaciones de desempeño de los proveedores, revisiones de su negocio y auditorías necesarias para asegurar y desarrollar la colaboración entre Altadis y el proveedor.

Los proveedores que suministran materiales que posteriormente se incorporarán a los productos de la Compañía han de superar una auditoría previa a su homologación en la que se revisan criterios relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa, como pueden ser las medidas tomadas en la reducción de gases de efecto invernadero o aquellas enfocadas en preservar la seguridad y la salud de los empleados, entre otros.

En el caso de los proveedores de materias primas, se realiza también la homologación de sus productos, que han de cumplir con la normativa elaborada por el área de AGP (Assessments Guidance and Permissions) la cual vigila el impacto de los productos en el consumidor final.

En el ejercicio 2020 se han llevado a cabo 4 auditorías en el ámbito de proveedores estratégicos de materiales directos, mientras que en el ejercicio anterior esta cifra ascendía a 6 auditorías.

- Programa de Tabaco Sostenible

El Programa de Tabaco Sostenible (STP) define los estándares de Altadis y el Grupo Imperial Brands en relación a las compras de tabaco en hoja. Dicho programa facilita la mejora continua de estas prácticas a través de un marco de medición que implica una combinación de autoevaluación, revisión de terceros y el propio compromiso de la Compañía con los proveedores. Este programa de proveedor único está habilitado y administrado por proveedores de servicios externos.

A través del diálogo sobre mejores prácticas en la industria, el programa ha sido diseñado para que el suministro de hoja de tabaco se pueda enfrentar a los desafíos futuros de sostenibilidad ambiental, elevando a su vez los estándares laborales y proporcionando mayores niveles de detalle en los que enfocar la mejora mediante la creación de planes de acción.

STP se aplica a las operaciones agrícolas de los proveedores y al procesamiento inicial de hojas, estructurándose según cuatro pilares: Gobernanza, Cosecha/Instalaciones, Ambiente y Personas. Cada uno de dichos pilares se completa con las claves identificadas, las cuales se pueden consultar en la página web habilitada a tal fin: <https://www.imperialbrandsplc.com/sustainability/tobacco-sustainable-supply.html>.



• **Tipología de proveedores**

Los proveedores de materiales y servicios de Altadis son diversos y proceden de distintos lugares del planeta.

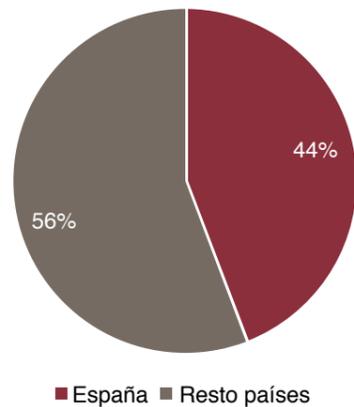
En lo que se refiere a la hoja de tabaco, y a excepción de la compra a la compañía Cetarsa (Compañía Española de Tabaco en Rama), todos los proveedores radican en el extranjero, debido a que la producción

principal de esta materia prima se realiza fuera de las fronteras nacionales.

Respecto al aprovisionamiento de materias primas no procedentes del tabaco (Non-Tobacco Materials), hay una mayor presencia de proveedores nacionales. Como se muestra a continuación, se puede observar la procedencia de los proveedores de los materiales más relevantes de la Compañía en esta categoría:

MATERIAL	ESPAÑA	OTROS PAÍSES
Cajas de cartón	100%	0%
Cajetillas/empaquetado de cartulina de cigarros o latas metálicas	52%	48%
Envolverte cubrepuros de papel o metalizado	100%	0%
Etiquetas autoadhesivas	100%	0%
Expositores de cartulina o plásticos de grupos de cajetillas	8%	92%
Opérculos de sellado o cupones de papel para promociones	100%	0%
Papel de tabaco homogeneizado (para capillos de cigarro)	0%	100%
Precinto adhesivo de cierre plásticos y de papel	100%	0%
Varillas de filtro de acetato, mentol, carbón activo	0%	100%

Reparto proveedores NTM por ubicación geográfica



En relación a los proveedores de servicios, la totalidad de los mismos con los que trabaja Altadis están basados

en España, reforzando de esta forma la implicación con el desarrollo del mercado local.

7 COMPROMISO SOCIAL



7.1 Compromiso con el desarrollo sostenible

7.2 Gestión responsable del consumidor

7.1. Compromiso con el desarrollo sostenible

Altadis está comprometida activamente con el entorno que le rodea. Esto implica desempeñar su actividad empresarial de una manera responsable. Es decir, tener presente el impacto de sus políticas sobre las comunidades donde está presente y también sobre el tejido social y comunitario donde desarrolla su actividad.

La gestión responsable de Altadis no es sólo frente a sus accionistas sino también abarca a sus trabajadores, clientes, proveedores y contempla el impacto en la sociedad en su conjunto.

Altadis apuesta por el talento joven. En las contrataciones realizadas durante el año fiscal 2020, la Compañía ha continuado apostando por la creación de empleo juvenil. La incorporación de profesionales jóvenes, combinada con la experiencia de los profesionales que llevan más años en la empresa, se traduce en una combinación perfecta para afrontar su estrategia y alcanzar sus metas. Firmes en su compromiso, Altadis incorpora cada año a su plantilla talento joven a través del Programa Recruiting Erasmus. Mediante esta iniciativa, la Compañía ofrece diferentes becas a estudiantes universitarios y recién graduados, con un perfil internacional y elevado potencial.



• Altadis contribuye a la creación de empleo

Con una plantilla a cierre de 485 empleados, distribuidos entre sus oficinas (302 empleados) y su fábrica de Cantabria (183 empleados), Altadis contribuye a la creación de empleo estable.

• Impacto de la actividad de Altadis en el desarrollo local

Extremadura es la región de España con mayor producción de hoja de tabaco, aglutinando más del 98% de la producción. El tabaco extremeño es apreciado en el mercado internacional por su elevada calidad,

constituyendo su cultivo un motor de vital importancia para la economía de esta región. Altadis, como filial del Grupo Imperial Brands, contribuye al crecimiento de la economía de Extremadura como principal comprador de tabaco de la región y por su condición de accionista en la Compañía Española de Tabaco en Rama S.A. (CETARSA). Esta Compañía forma parte del grupo de empresas públicas que componen la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), que posee el 79,18% del capital, siendo el restante 20,82% propiedad del Grupo Imperial. CETARSA tiene como finalidad contribuir a los fines de la política tabaquera, atendiendo con criterios de rentabilidad y en concurrencia con otras empresas la demanda nacional e internacional de tabaco en rama. Se trata de una Compañía de vital importancia para el desarrollo económico del norte de Extremadura

Profundamente comprometida en la lucha frente al comercio ilícito de tabaco, que afecta especialmente a algunas regiones de España, Altadis no ha cesado en su empeño de trabajar con las autoridades aduaneras y fiscales para fomentar la disminución del contrabando. Con la ferviente intención de reducir el contrabando de tabaco, la Compañía lleva años trabajando y liderando la lucha frente a este fenómeno, que requiere del esfuerzo y compromiso de todos los actores que participan en el sector del tabaco.

Como mecanismo para combatir el comercio ilícito de tabaco, Altadis cuenta con una plataforma online y una aplicación para teléfonos móviles 'No Contrabando', a través de la cual ofrece contenidos relativos al contrabando a nivel nacional e internacional: infografías, entrevistas y reportajes, que suponen una fuente de información

específica y abierta a toda la sociedad. A través de ambos canales, los usuarios disponen de un buzón de denuncias anónimas que desde su puesta en marcha ha recibido más de 7.440 mensajes alertando de prácticas y puntos de venta ilegales, correspondiendo 796 a las denuncias recibidas durante el ejercicio fiscal 2020. Altadis estructura estas denuncias de forma mensual y se las hace llegar tanto a la Agencia Estatal de Administración Tributaria, a través de su departamento de Aduanas, como a la Guardia Civil, a través del Servicio Fiscal. Esta información ha permitido iniciar investigaciones que en muchas ocasiones han destapado complejas tramas de contrabando internacional con numerosos detenidos y cuantiosas aprehensiones.



Con este mismo objetivo de erradicación del comercio ilícito, Altadis organiza con carácter anual un Congreso Nacional de Lucha contra el Contrabando, habiéndose celebrado en el último ejercicio la quinta edición, en la ciudad de Mérida. Este Congreso reúne anualmente a representantes de diferentes y relevantes instituciones que participan en la lucha activa frente al contrabando, contando también con la presencia de los principales afectados por este delito: los estancieros y productores de tabaco.



• Altadis impulsa la investigación

Altadis apoya la investigación y dedica parte de sus recursos a impulsarla. Así, en cumplimiento de lo establecido en su Código de Conducta, y en el marco de su compromiso por introducir métodos de trabajo sostenibles que contribuyan a disminuir el impacto en el medio ambiente, reduciendo, en la medida de lo posible, la cantidad de residuos, reciclando y reutilizando materiales, la Compañía mantiene un acuerdo de colaboración con investigadores de la Universidad de Extremadura. A través de este acuerdo, el equipo multidisciplinar de investigadores de la Universidad, integrado por doctores de diversas áreas (acústica, química, matemáticas...), está investigando la posibilidad de reconvertir las colillas de los cigarrillos en absorbente acústico. Los investigadores llevan varios años estudiando una fórmula para dar una nueva vida a las colillas de los cigarrillos y avanzado notablemente con el objetivo de darles un uso como aislante de ruido.

• Acciones de asociación o patrocinio

Altadis participa en asociaciones con las que se identifica y cuyos mensajes reflejan algunos de sus principios y valores:

- Altadis pertenece a la Asociación de Empresas del Tabaco (ADELTA) y forma parte de la Mesa del Tabaco, que reúne a todos los operadores involucrados en la cadena de valor del sector.

- Altadis es miembro de la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA), formando parte también de su Junta directiva. Con su participación, la Compañía se identifica con la creación de una cultura de protección de las marcas y en la lucha frente a las falsificaciones.

- Igualmente, la participación de Altadis en la Asociación de Multinacionales por la Marca España es el firme reflejo de su compromiso con la sociedad española y su economía.

En el último ejercicio fiscal, y al igual que en el ejercicio anterior, Altadis no ha realizado ninguna acción de patrocinio que pueda tener como finalidad o efecto la difusión de sus marcas o el consumo de tabaco en seguimiento de las indicaciones del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT OMS).

7.2. Gestión responsable del consumidor

• Calidad y seguridad de los consumidores

Altadis, como filial de Imperial Brands, se acoge a la política de calidad y seguridad de los productos aplicables al Grupo de empresas al que pertenece.

Siendo una prioridad para la Compañía la seguridad de sus consumidores, su política de calidad engloba todos los estándares,

procedimientos y controles necesarios para garantizar la protección de sus productos en todas las fases de la cadena de valor, desde la adquisición de producto hasta la entrega para su consumo, comprendiendo a todos los agentes involucrados en la misma. En este sentido, todas las marcas de Altadis, con el objetivo de asegurar unos estándares de excelencia como Empresa, implantan la referencia ISO 9001, lo que le acredita como una Empresa comprometida con la gestión de calidad del producto.

Desde el comienzo de la cadena de valor del producto, con la adquisición de la hoja de tabaco, las entidades pertenecientes al Grupo liderado por Imperial Brands, y por ende Altadis, se comprometen con la seguridad de sus consumidores, contratando con proveedores responsables y con un alto reconocimiento a nivel reputacional. El tabaco comprado para la producción del tabaco de Altadis es testado antes de su compra con el objetivo de verificar el uso de fitosanitarios en los límites aceptados por la industria.

Asimismo, en virtud de la Directiva 2014/40/UE del Parlamento Europeo y del Consejo (Directiva 2014/40/UE), todos los fabricantes de este producto, como es el caso de Altadis, deben presentar en el Portal de la Unión Europea EU-CEG la información esencial sobre ingredientes para el acceso de autoridades de los Estados Miembro en los que tengan previsto comercializar sus productos. Esto incluye información ingredientes, emisiones, datos toxicológicos, volúmenes de venta, así como otras características relevantes sobre los mismos. La información debe ser presentada por los fabricantes antes de la comercialización de productos. Este mecanismo constituye la principal garantía de que los productos de la Compañía cumplen con los criterios estipulados por la normativa europea.

La responsabilidad de Altadis no se limita a su gestión responsable y a la garantía de confianza en sus proveedores, implica también el conocimiento de sus clientes y la seguridad en que los mismos sean responsables en el desarrollo de su negocio. Para ello, conforme a la política de suministro de producto ("Product Supply Compliance Policy Standards") definida por Imperial Brands, Altadis, como paso previo a cualquier acuerdo, identifica y verifica el cumplimiento de las obligaciones de diligencia debida por parte de sus clientes. Estos controles son realizados de manera continua a lo largo de la relación contractual.

El compromiso de Altadis con el producto en todos los puntos de la cadena de producción y comercialización se basa en la transparencia y el apoyo a las autoridades del sector, así como en el cumplimiento de la legalidad y garantía de que ningún menor acceda a sus productos. Impedir que los menores accedan a productos de tabaco es una cuestión con la que debe colaborar la sociedad conjuntamente. El contrabando y la falsificación no benefician a nadie salvo a los delincuentes involucrados en ello. Como resultado, los menores pueden obtener productos de tabaco más fácilmente, los gobiernos ven afectada su recaudación fiscal y los consumidores son privados de productos de calidad.

Asimismo, el Grupo Imperial Brands, y Altadis como entidad perteneciente al mismo, colaboran a través del acuerdo firmado entre Imperial Tobacco y la Comisión Europea con la Oficina Europea de Lucha contra el Fraude y con las autoridades policiales y judiciales de los Estados Miembro en combatir el contrabando de tabaco y la falsificación de cigarrillos en la Unión Europea y como consecuencia, en contribuir a garantizar la seguridad de sus consumidores.

Considerando todos los puntos detallados anteriormente, la Compañía se identifica, declara y asume los siguientes compromisos:

1) Estándares de producto e ingredientes: los productos de Altadis se elaboran con materias primas de calidad. La Compañía trabaja en la constante mejora de sus procesos y procedimientos con el firme objetivo de ofrecer el mejor de los productos. Todos sus productos cumplen con las medidas de etiquetado, seguridad e ingredientes establecidas en la Directiva 2014/40/UE.

2) Protección de menores: prevenir el uso de productos de tabaco por los menores es un problema que la sociedad en su conjunto debe abordar. La labor de Altadis se centra en no dirigir la comercialización de sus productos a cualquier persona menor de 18 años, o mayor edad mínima establecida a nivel local, y en todo caso a no fumadores.

3) Lucha contra el comercio ilícito: la colaboración de Altadis con entidades, organizaciones y autoridades que trabajan en la lucha contra el comercio ilícito de tabaco es una dinámica habitual de la Compañía. Este espíritu de colaboración se ha reflejado también en las Jornadas sobre Contrabando organizadas por la Compañía año tras año, donde han participado diversos representantes de la Agencia Tributaria, Guardia Civil y Aduanas.

• Sistemas de reclamación, quejas recibidas, y resolución de las mismas

Altadis mantiene a disposición de sus consumidores y clientes canales de comunicación y diálogo para reportar quejas o reclamaciones. Mediante llamada de teléfono [(+34 900 360 900)], accesible en el empaquetado de todos sus productos, la Compañía gestiona de forma inmediata las posibles incidencias reportadas. La existencia de un procedimiento operativo interno (“Customer / Consumer Complaints Process”), que se activa de forma inminente, permite identificar la causa del problema, darle solución e impedir que vuelva a repetirse.

La metodología definida para el tratamiento de quejas y reclamaciones de clientes y consumidores está sometida a revisiones y auditorías tanto internas como externas, gracias a lo cual se verifica su eficacia.

Durante el último ejercicio, el departamento de atención al cliente de Altadis ha recibido 335 mensajes procedentes de consumidores, ninguno de los cuales alertaba de un riesgo relevante para la seguridad de los consumidores y por tanto no se ha producido ninguna retirada de producto del mercado. Este número de reclamaciones supone un fuerte descenso respecto a la cifra correspondiente al ejercicio anterior, durante el cual se recibieron 692 reclamaciones. Este descenso se debe principalmente a la disminución en las consultas sobre promociones.

• Requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad

Área	Contenido	Tema Material	Indicador GRI Asociado	Apartado del EINF
Modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá: 1.) Su entorno empresarial. 2.) Su organización y estructura. 3.) Los mercados en los que opera. 4.) Sus objetivos y estrategias. 5.) Los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	Sí	102-1 102-2 102-3 102-4 102-6 102-7	1.1. Organización y estructura de la Compañía 1.2. Perfil de la Compañía 1.3. Misión, visión y valores 1.4. Entorno, modelo de negocio y estrategia
Políticas	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá: 1.) Los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos. 2.) Los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	Sí	103 – Enfoque de gestión en cada tema material	1.5. Políticas
Riesgos a CP, MP y LP	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y * cómo el grupo gestiona dichos riesgos, * explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. * Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo	Sí	102-15	2.3. Gestión de Riesgos no financieros



Área	Contenido	Tema Material	Indicador GRI Asociado	Apartado del EINF
Cuestiones medioambientales	Global Medio Ambiente			
	1.) Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y, en su caso, la salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	Sí	103 – Enfoque de gestión en cada tema material relativo a medioambiente	5.1. Enfoque de la Compañía
	2.) Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.		102-11	
	3.) La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales. (Ej. derivados de la ley de responsabilidad ambiental).			
	Contaminación			
	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente.	Sí	103 - Emisiones	5.3. Lucha contra el cambio climático
	Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	No	-	5.4 Contaminación atmosférica 5.5. Contaminación acústica y lumínica
	Economía circular y prevención y gestión de residuos			
	Economía circular.	Sí	103 - Residuos	5.2. Uso sostenible de los recursos
	Residuos: Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos..	Sí	103 – Residuos 306-2	5.6. Economía circular y prevención y gestión de residuos
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	No	-	1.6. Análisis de materialidad
	Uso sostenible de los recursos			
	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	Sí	103 – Gestión de agua 303-5	5.2. Uso sostenible de los recursos

Área	Contenido	Tema Material	Indicador GRI Asociado	Apartado del EINF
Cuestiones medioambientales	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	Sí	103 – Gestión de Materiales 301-1	5.2. Uso sostenible de los recursos
	Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	Sí	103 – Gestión de Energía 302-1 302-3	5.2. Uso sostenible de los recursos
	Cambio Climático			
	Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce.	Sí	305-1 305-2 305-3 305-4	5.3. Lucha contra el cambio climático
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	Sí	103 – Emisiones	5.3. Lucha contra el cambio climático
	Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	Sí	103 – Emisiones	5.3. Lucha contra el cambio climático
	Protección de la biodiversidad			
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	Sí	103 - Biodiversidad	5.7. Protección de la Biodiversidad
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	Sí	103 - Biodiversidad	5.7. Protección de la Biodiversidad

Área	Contenido	Tema Material	Indicador GRI Asociado	Apartado del EINF
Cuestiones sociales y relativas al personal	Empleo			
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	Sí	103 – Empleo 102-8 405-1	4.2. Perfil de la Plantilla
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	Sí	102-8	4.2. Perfil de la Plantilla
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.	Sí	102-8 405-1	4.2. Perfil de la Plantilla
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	Sí	401-1	4.2. Perfil de la Plantilla
	Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	Sí	405-2	4.3. Remuneración
	Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	Sí	405-2	4.3. Remuneración
	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.	Sí	405-2	4.3. Remuneración
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	Sí	103 - Empleo	4.8. Implantación de políticas de desconexión laboral
	Empleados con discapacidad.	Sí	405-1	4.2. Perfil de la Plantilla

Área	Contenido	Tema Material	Indicador GRI Asociado	Apartado del EINF
Cuestiones sociales y relativas al personal	Organización del trabajo			
	Organización del tiempo de trabajo.	Sí	103 – Empleo	4.4. Organización del trabajo y políticas de flexibilidad
	Número de horas de absentismo.	Sí	403-2	4.4. Organización del trabajo y políticas de flexibilidad
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	Sí	103 – Empleo	4.4. Organización del trabajo y políticas de flexibilidad
	Salud y seguridad			
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	Sí	103 – Empleo	4.5. Condiciones de Salud y Seguridad Laboral
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad; Enfermedades profesionales, desagregado por sexo.	Sí	403-2	4.5. Condiciones de Salud y Seguridad Laboral
	Relaciones sociales			
	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.	Sí	103 – Relaciones trabajador-empresa	4.6. Relaciones y Diálogo Social
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	Sí	102-41	4.6. Relaciones y Diálogo Social
El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	Sí	403-4	4.6. Relaciones y Diálogo Social	

Área	Contenido	Tema Material	Indicador GRI Asociado	Apartado del EINF
Cuestiones sociales y relativas al personal	Formación			
	Las políticas implementadas en el campo de la formación.	Sí	103 – Formación y enseñanza	4.7. Política y gestión de la formación de la plantilla
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Sí	404-1	4.7. Política y gestión de la formación de la plantilla
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	Sí	103 – Diversidad e igualdad de oportunidades 103 – No discriminación	4.1. Igualdad y Accesibilidad en la Compañía
	Igualdad			
	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	Sí	103 – Diversidad e igualdad de oportunidades	4.1. Igualdad y Accesibilidad en la Compañía
	Planes de igualdad (Capítulo III de La Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	Sí	103 – Diversidad e igualdad de oportunidades	4.1. Igualdad y Accesibilidad en la Compañía
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	Sí	103 – Diversidad e igualdad de oportunidades	4.1. Igualdad y Accesibilidad en la Compañía

Área	Contenido	Tema Material	Indicador GRI Asociado	Apartado del EINF
Derechos Humanos	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.	Sí	103 - Evaluación de derechos humanos+ Libertad de asociación y negociación colectiva+ Trabajo infantil+ Trabajo forzoso u obligatorio	2.2. Respeto a los Derechos Humanos
	Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.		102-16 102-17 412-2	
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.		406-1	
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.	Sí	407-1	2.2. Respeto a los Derechos Humanos
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.	Sí	103 – No Discriminación	2.2. Respeto a los Derechos Humanos
	La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio.	Sí	409-1	2.2. Respeto a los Derechos Humanos
	La abolición efectiva del trabajo infantil.	Sí	408-1	2.2. Respeto a los Derechos Humanos

Área	Contenido	Tema Material	Indicador GRI Asociado	Apartado del EINF
Corrupción y soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	Sí	103 – Anticorrupción 102-16 102-17	2.1. Lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	Sí	103 – Anticorrupción 205-2	2.1. Lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	Sí	413-1	2.1. Lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible				
Sociedad	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	Sí	103 - Comunidades locales + impactos económicos indirectos 203-2 413-1	7.1. Compromiso con el desarrollo sostenible
	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	Sí	413-1	7.1. Compromiso con el desarrollo sostenible
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	Sí	102-43	7.1. Compromiso con el desarrollo sostenible
	Las acciones de asociación o patrocinio.	Sí	102-12 102-13	7.1. Compromiso con el desarrollo sostenible

Área	Contenido	Tema Material	Indicador GRI Asociado	Apartado del EINF
Subcontratación y proveedores				
Sociedad	La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	Sí	103 - Evaluación ambiental de proveedores + Evaluación social de proveedores + prácticas de adquisición	6. Gestión de la Cadena de Suministro
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	Sí	102-9 308-1 414-1	6. Gestión de la Cadena de Suministro
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	Sí	103 – Prácticas de adquisición	6. Gestión de la Cadena de Suministro
	Consumidores			
Sociedad	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	Sí	103 - Seguridad y Salud en clientes + Marketing y etiquetado + Privacidad del cliente 416-1	7.2. Gestión responsable del consumidor
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	Sí	103 - Seguridad y Salud en clientes + Marketing y etiquetado + Privacidad del cliente 416-2	7.2. Gestión responsable del consumidor
Información fiscal				
Sociedad	Beneficios obtenidos país por país. Impuestos sobre beneficios pagados.	Sí	103 - Desempeño económico	3.1. Beneficio antes de impuestos país por país 3.2. Fiscalidad Responsable
	Subvenciones públicas recibidas.	Sí	201-4	3. Gestión Económica y Transparencia Fiscal

**FORMULACIÓN
DEL ESTADO
DE INFORMACIÓN
NO FINANCIERA
DEL EJERCICIO ANUAL
TERMINADO
EL 30 DE SEPTIEMBRE
DE 2020**

El Consejo de Administración de la sociedad Altadis, S.A. (Sociedad Unipersonal) en fecha 16 de diciembre de 2020, formula el presente Estado de Información No Financiera (EINF) terminado el 30 de septiembre de 2020, de conformidad con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre de 2018, el cual viene constituido por el documento anexo que precede a este escrito.

Presidente del Consejo y Consejero Delegado



Jon Fernández de Barrena Idoate

Vocal:



Dña. Rocío Ingelmo Heras
Vocal y Secretario del Consejo



D. Ignacio Millán Latasa de Aranibar

D. Ignacio Millán Latasa de Aranibar, en calidad de Secretario del Consejo de Administración de la Sociedad y Vocal del mismo, certifica que las firmas de los Administradores incluidas en la presente hoja de formulación del Estado de Información No Financiera, desarrollado entre las páginas 1 y 89, son autógrafas de los mismos, habiendo sido rubricadas por mí, como Secretario, con la aprobación de todos los Consejeros, todas sus hojas.

ALTADIS

AN IMPERIAL BRANDS COMPANY

Estado de Información No Financiera del ejercicio 2020