



IMPERIAL
BRANDS
ALTADIS

24

ESTADO
DE
INFOR-
MACIÓN

NO
FINAN-
CIERA

Correspondiente al ejercicio terminado el
30 de septiembre de 2024

Imperial Tobacco España, S.L. (Sociedad Unipersonal)
y sociedades dependientes



ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN [6](#)

- 1.1. Introducción, metodología y alcance [5](#)
- 1.2. Asuntos relevantes para Imperial Brands [6](#)

2. PROGRESANDO COMO GRUPO

- 2.1. Organización y estructura [9](#)
- 2.2. Modelo de Negocio [11](#)
- 2.3. Visión y propósito [12](#)
- 2.4. Políticas corporativas [15](#)
- 2.5. Riesgos no financieros [16](#)
- 2.6. El Entorno [23](#)
- 2.7. Principales factores y tendencias [26](#)

3. NUESTRO PLANETA [27](#)

- 3.1. Gestión ambiental [28](#)
- 3.2. Consumo eficiente de los recursos [32](#)
- 3.3. Mitigación y adaptación al cambio climático [40](#)
- 3.4. Protección de la Biodiversidad [41](#)

4. NUESTRO EQUIPO [42](#)

- 4.1. Distribución del equipo [44](#)
- 4.2. Diversidad, igualdad e inclusión [45](#)
- 4.3. Formación y desarrollo [49](#)
- 4.4. Remuneración y beneficios sociales [52](#)
- 4.5. Organización del trabajo y conciliación [53](#)
- 4.6. Relaciones sociales [55](#)
- 4.7. Seguridad, salud y bienestar laboral [58](#)

5. GOBERNANZA [62](#)

- 5.1. Comportamiento ético [63](#)
- 5.2. Medidas contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales [65](#)
- 5.3. Canal de denuncias [66](#)

6. NUESTRA CONTRIBUCIÓN SOCIAL [67](#)

- 6.1. Impacto en la sociedad [68](#)
- 6.2. Protección de los consumidores [72](#)
- 6.3. Extensión de la sostenibilidad a nuestros proveedores [75](#)
- 6.4. Transparencia Fiscal [77](#)

Anexo I:

Índice de contenidos Ley Información No Financiera 11/2018 y GRI [80](#)

Anexo II:

Tablas con contenido sobre Medio Ambiente [86](#)

Anexo III:

Tablas con contenido sobre la plantilla [90](#)

1

INTRO DUCCIÓN

1.1 Introducción, metodología y alcance

El presente Estado de Información No Financiera (en adelante EINF) se ha elaborado en línea 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) en su versión actualizada en 2021 y de aplicación desde enero de 2023.

El perímetro de delimitación de este EINF se circunscribe exclusivamente a las siguientes sociedades al no considerarse material el desempeño de las restantes en relación a los aspectos requeridos por la ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad:

- Imperial Tobacco España, S.L.
- Altadis Canarias, S.A.U.
- Altadis, S.A.U.
- Société Marocaine des Tabacs, S.A.
- Imperial Brands La Romana (anteriormente Tabacalera de García, S.A.S)

El perímetro coincide con el considerado en la elaboración de los estados financieros, reportando la información no financiera relativa al ejercicio fiscal comprendido entre el 30 de septiembre de 2023 al 30 de septiembre de 2024. Asimismo,

se incluye la información del anterior ejercicio fiscal 2023 facilitando así la comparabilidad de la información entre los diferentes ejercicios.

En la selección de indicadores que forman parte de este informe, el Grupo ha tratado de tener presentes los siguientes principios:

- Comparabilidad
- Materialidad
- Relevancia
- Fiabilidad

Adicionalmente, en la elaboración del informe el Grupo ha tenido siempre presentes principios de materialidad, relevancia y fiabilidad, incluyendo únicamente información precisa y verificable.

Los métodos de cálculo y asunciones realizadas para el cálculo de los indicadores no financieros han sido reflejados en cada uno de los diferentes puntos donde estos se muestran.

Por último y con el fin de facilitar la lectura y no cortar la narrativa del texto, se han trasladado las tablas relativas a los datos de Medio Ambiente y Personas al Anexo II y III donde est  n disponibles para su consulta.

Asuntos relevantes para Imperial Brands

1.2

El Grupo ITE en 2024 ha llevado a cabo una actualización de los aspectos no financieros más relevantes para la compañía y por ende de su análisis de materialidad.

El proceso llevado a cabo para realizar esta revisión y actualización ha tenido como punto de partida los asuntos materiales identificados para el ejercicio anterior. Una vez analizados los asuntos tomados como base, se han estudiado las cuestiones de mayor relevancia según indicadores externos como los estándares de SASB, concretamente para el sector del tabaco, los asuntos destacados en el sector, así como los asuntos destacados por los competidores directos y el análisis de prensa de las sociedades pertenecientes al grupo durante el presente ejercicio..

Como resultado de este análisis se ha obtenido una nueva categorización de los asuntos materiales:



Relevancia	Asunto
Alta	Cumplimiento obligaciones financieras, tributarias y contables
	Respeto a las leyes y a la normativa vigente en el sector
	Comercio ilícito de tabaco
	Marketing responsable y reputación corporativa
	Respeto a los Derechos Humanos
	Ética empresarial y corrupción
	Protección de datos, privacidad y ciberseguridad
	Diversidad, inclusión e igualdad
	Información sobre seguridad y calidad de los productos
	Información sobre seguridad y calidad de los productos
Media	Seguridad, bienestar y salud de los empleados
	Apoyo a las comunidades locales (Sector agrícola)
	Salud pública
	Empleo justo, estable y de calidad
	Gestión de residuos y economía circular
	Gestión del conocimiento e innovación
	Política y gestión ambiental
	Atracción e impulso del talento
	Estrategia climática
	Crisis y gestión de riesgos
	Biodiversidad y ecosistemas
	Eficiencia de materias primas y recursos
	Packaging
	Gestión de la cadena de suministro

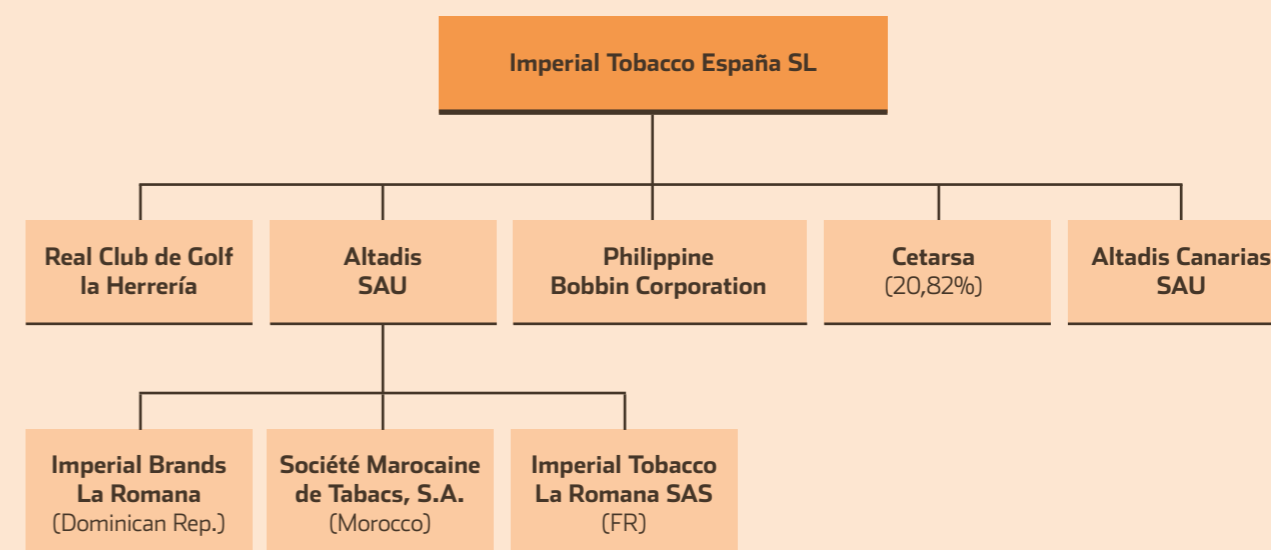
Cabe destacar que no se han considerado como materiales los aspectos relacionados con la contaminación lumínica y la contaminación por ruido y el desperdicio de alimentos dada la actividad del Grupo.

2

PROGRESANDO COMO GRUPO

2.1 Organización y estructura

La estructura societaria de Imperial Tobacco España, S.L. (Sociedad Unipersonal) y sociedades dependientes (en adelante, “Grupo ITE” o “el Grupo”) a 30 de septiembre de 2024, fecha de cierre del último ejercicio, se muestra a continuación:



A su vez, Imperial Tobacco España, S.L. (sociedad dominante del Grupo ITE) está integrada en el Grupo Imperial Brands, cuya sociedad dominante última es Imperial Brands, PLC.

No obstante, el perímetro de delimitación del presente EINF no incluye a todas las sociedades mostradas en el anterior organigrama (ver Anexo I).

El Grupo ITE está compuesto por una serie de empresas en distintos países, pudiendo destacar España, Marruecos y República Dominicana como sus jurisdicciones principales. En España, se encuentran Imperial Tobacco España, S.L., Altadis, S.A.U. y Altadis Canarias, S.A.U. Asimismo, en Marruecos está basada Société Marocaine des Tabacs, S.A., mientras que Imperial

Brands La Romana refleja la presencia del Grupo en República Dominicana. En su conjunto, la actividad principal del Grupo consiste en la fabricación, comercialización, promoción de cigarrillos, cigarros mecanizados y picaduras de liar para diversos mercados tanto nacionales (Península, Baleares y Ceuta y Melilla) como internacionales.



El Grupo ITE cuenta con una cartera de productos y marcas muy reconocidas en el mercado español y extranjero, 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.

Asimismo, la sociedad dominante del Grupo ITE fue constituida por tiempo indefinido el día 14 de noviembre de 2011, teniendo su domicilio social en la calle Comandante Azcárraga, número 5 en Madrid.

2.2 Modelo de negocio

Para el presente año de reporte, Imperial Brands ha mantenido vigente el modelo de negocio y estrategia que presentó ante sus accionistas el pasado año 2021. Este se centra en la adopción de un enfoque más dirigido al tabaco tradicional y en el establecimiento de funciones claramente definidas para los principales mercados, entre los que se encuentra España.

Entre los pilares y facilitadores que se encuentran en el modelo de negocio, destacan los siguientes:

PILARES:

- Se establece el foco en los mercados de productos de tabaco tradicional prioritarios, siendo España uno de ellos, donde se destinará una mayor inversión rigurosamente dirigida a la activación de palancas operativas para desbloquear valor.
- La generación de valor se logra a través del amplio portfolio del Grupo. Dirigiendo sus esfuerzos en la administración eficiente del portfolio, logrando crear procesos globales e impulsando las mejores prácticas, facilitando así la preparación del motor de crecimiento futuro y la racionalización selectiva de la cartera de productos.

FACILITADORES CRÍTICOS:

- El consumidor en el centro del negocio: constituyendo una nueva estructura con claro enfoque en el consumidor que permitirá desarrollar planes más efectivos. Esto se realizará fortaleciendo ciertas capacidades críticas como marketing, innovación, desarrollo digital y conocimiento del consumidor; aprovechando así la cartera de marcas del Grupo para abordar las necesidades claves de cada tipo de consumidor.
- Cultura y capacidades basadas en el desempeño, incorporando formas de trabajo colaborativas y basadas en hechos, construyendo una mentalidad desafiante en toda la organización, invirtiendo en talento y adoptando la diversidad y la inclusión.
- Simplificar y optimizar la operativa del Grupo: simplificando la organización por medio de procesos globales y respaldados por la tecnología, así como la creación e incorporación de un marco claro de gestión del desempeño que impulsar   la agilidad y la responsabilidad en la toma de decisiones.



Visión 2.3. y propósito



En línea con la estrategia comentada en el apartado anterior, Imperial Brands, cuenta con su propósito y visión a través de los cuales articulan los diferentes aspectos que definen la estrategia del Grupo. Toda la información al respecto se encuentra en la página web⁽¹⁾ del Grupo Imperial Brands.

Concretamente, la visión de Imperial Brands y, por tanto, el Grupo ITE es “desarrollar una empresa fuerte y competitiva impulsada por la responsabilidad y la capacidad de enfoque y elección” (en inglés, “*to build a strong challenger business powered by responsibility, focus and choice*”).

Con esta visión, el Grupo ITE se posiciona en el mercado como un operador de mentalidad retadora, que se cuestiona permanentemente si está cumpliendo con las necesidades y expectativas de los consumidores, al mismo tiempo que analiza rigurosamente la asignación más eficiente de sus recursos, velando en todo momento por mantener una forma de actuación responsable, respetando las comunidades en las que está presente y, en consecuencia, de las sociedades y el entorno con el que interactúa. En este sentido, declara abiertamente su objetivo de implantar la responsabilidad como fuerza motriz del Grupo Imperial Brands.

Al mismo tiempo, el propósito de Imperial Brands y del Grupo ITE es “Forjar un camino hacia un futuro más saludable para momentos de relajación y placer” (en inglés, “*Forging a path to a healthier future for moments of relaxation and pleasure*”). Junto a su visión y su propósito, se han establecido los valores que dirigen su estrategia, la cual se centra en implementar una cultura inclusiva y orientada al rendimiento. Esta actualización cultural se inició a finales de 2021 y se basa en un conjunto de cinco comportamientos que promueven que los trabajadores actúen responsablemente y con integridad promoviendo una actividad económica rentable y sostenible. Estos principios compartidos por todas las entidades pertenecientes al Grupo Imperial Brands se reflejan en la cultura laboral del Grupo ITE en una forma de trabajar basada en la colaboración y mejora continua. Esto implica asumir responsabilidades de manera constante y aprovechar al máximo cada oportunidad, situando siempre al consumidor en el centro de todas las decisiones.

EN DEFINITIVA, SE TRATA DE TRABAJAR
DIARIAMENTE GUIADOS POR LOS SIGUIENTES
FUNDAMENTOS:



START WITH THE CONSUMER

Conocimiento profundo y granular de los consumidores.



COLLABORATE WITH PURPOSE

Unidos por nuestra visión y propósito, debemos prosperar para cumplir los mismos objetivos estratégicos.



TAKE ACCOUNTABILITY WITH CONFIDENCE

Cumplir con nuestro cometido siendo responsables y aportando valor.



BE AUTHENTIC AND INCLUSIVE TO ALL

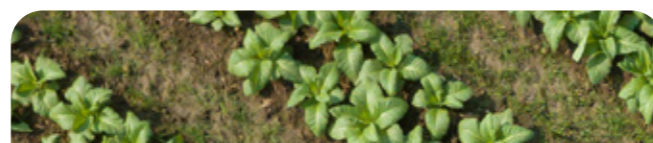
La diversidad nos hace más fuertes.



BUILD OUR FUTURE

Estar preparados para innovar, adaptarnos y cambiar.

(1) www.imperialbrandsplc.com



Los valores del Grupo Imperial Brands y su Código de Conducta son parte esencial del marco de responsabilidad corporativa y reflejan los comportamientos que el Grupo ITE 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.

La responsabilidad con los productos se basa fundamentalmente en satisfacer las necesidades de los clientes, reconociendo en todo momento que los productos del tabaco están destinados exclusivamente a consumidores adultos. Los consumidores deben estar informados sobre los riesgos para la salud que puede provocar fumar, cuando tomen la decisión de hacerlo, para ello Imperial Brands cuenta con unos estándares internacionales en los que se 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.

Por otro lado, para el Grupo ITE es prioritario que las personas menores de edad no puedan tener acceso a productos del tabaco.

El segundo pilar sobre el que se basa el marco de responsabilidad corporativa del Grupo ITE consiste en crear un **lugar de trabajo seguro e inspirador** apoyándoles en sus aspiraciones de crecimiento profesional y propiciando el desarrollo de su talento y de sus capacidades intrínsecas. Las personas que trabajan en el Grupo son de origen heterogéneo 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 del Grupo. En este sentido, mantener una cultura de altos estándares en materia de bienestar, seguridad e higiene en el trabajo, reducción de accidentes, protección de los activos del Grupo y el logro de un lugar de trabajo funcional y productivo, son las claves de este bienestar.

Las compañías que conforman el Grupo ITE, como productoras y comercializadoras responsables de productos del tabaco, tienen como referente común el **respeto hacia los recursos naturales** que emplean y la búsqueda de procesos que les permitan reducir su impacto medioambiental.

El Grupo ITE centra su avance en sostenibilidad en la eficiencia energética, mediante la reducción de las emisiones de carbono, al mismo tiempo que, como parte de su papel en la protección del entorno natural, el Grupo ITE trata de minimizar los residuos que genera y de mejorar la reciclabilidad de sus envases, además de cuidar las plantaciones de las que proceden las materias primas.

El Grupo Imperial ha sido reconocido en 2024 por cuarto año consecutivo como Climate Leader por el Financial Times, por su progreso en la lucha contra el cambio climático. Adicionalmente, ha sido acreditado con la calificación climática “A” de CDP (Carbon Disclosure Project), organización ambiental sin ánimo de lucro con proyección global, por quinto año consecutivo, lo que subraya aún más el estado de liderazgo de Imperial Brands en materia de transparencia y acción ambiental.

En relación con las personas, el Grupo Imperial Brands al que pertenece el Grupo ITE ha decidido impulsar su agenda de Diversidad e Inclusión. Para ello, se ha puesto en marcha una red global a través de un sistema de *Employee Resource Group* (ERG), que tiene como objetivo común impulsar la Diversidad e Inclusión en el Grupo. En Imperial Brands, los ERG sirven para avanzar en el desarrollo de sus miembros, promover la conciencia cultural, demostrar el compromiso corporativo con la Inclusión y la Diversidad en las comunidades en las que opera y reside y, finalmente, ser un modelo de comportamiento de liderazgo inclusivo para impulsar la estrategia de personas y su cultura.

Finalmente, el Grupo 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 como un miembro activo de la comunidad de la que forma parte. Cabe destacar, en este ámbito, el fuerte compromiso del Grupo ITE con el campo español, su lucha por reducir el comercio ilícito de tabaco y el apoyo a iniciativas de reciclaje de filtros de colillas (ver apartado 7.1. “Compromiso con el Desarrollo Sostenible” para obtener mayor detalle al respecto).

2.4 Políticas corporativas

Las políticas que rigen el enfoque de gestión del Grupo ITE respecto a los requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad son descritas de forma detallada en los apartados correspondientes a lo largo del EINF. No obstante, se detallan a continuación las más relevantes en este sentido:

- Política Ambiental.
- Política de Seguridad y Salud, Medioambiente, Gestión de la Energía y Seguridad de Producto.
- Política de Formación y Aprendizaje.
- Política de Idiomas.
- Política de Derechos Humanos.
- Política de Lucha contra el Soborno y la Corrupción.
- Política de Obsequios y Actividades de Ocio.
- Política de Compras.
- Política de Calidad y Seguridad de los Productos.
- Política Fiscal.
- Política de Independencia en Auditoría.



2.5 Riesgos no financieros

El logro de los objetivos estratégicos del Grupo 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 del Grupo ITE. Sin embargo, también se reconoce que ningún enfoque puede garantizar la identificación y mitigación de todos los riesgos.

La gestión de riesgos en el Grupo ITE se enmarca en la evaluación de riesgos a nivel de Imperial Brands y, en todo caso, se encuentra alineada con la misma.

Los Consejos de Administración de cada compañía del Grupo ITE son los responsables en última instancia de gestionar los riesgos de las mismas, aunque la gestión de riesgos es responsabilidad de todos los empleados. Con el objetivo de conocer y controlar los riesgos asociados a la actividad del Grupo ITE y establecer medidas de respuesta para mitigarlos en la mayor medida posible, se 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 los Consejos de Administración y su Alta Dirección.

La evaluación de los riesgos crea una perspectiva equilibrada e informada que facilita la mejor asignación de recursos. Este análisis de riesgos se fundamenta en las opiniones de todos los sectores del negocio, las cuales son posteriormente revisadas por la Alta Dirección y el Consejo correspondiente, garantizando así una perspectiva integral que abarca no solo aspectos operativos sino también estratégicos de los riesgos de las empresas del Grupo.

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

PRINCIPALES RIESGOS



El Grupo ITE, conformado por sociedades que operan en un mercado altamente competitivo, 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 el Grupo y se identifican las acciones planteadas para gestionarlos y mitigarlos. No todos

estos riesgos principales están bajo el control directo del Grupo ITE, 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, que no se incluyen como riesgos principales, sino que son considerados dentro de la evaluación de otros riesgos del negocio:

1

CAMBIOS EN LOS IMPUESTOS DE LOS PRODUCTOS DEL TABACO Y, EN ESPECIAL, EN EL IMPUESTO ESPECIAL DE LAS LABORES DEL TABACO.

Cambios adversos por la implantación de nuevos impuestos sobre los productos del tabaco (como por ejemplo los relativos al uso del plástico), así como subidas agresivas en el nivel o estructura del impuesto especial de las labores 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 legales de tabaco.
- Presión sobre la capacidad del Grupo 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 del Grupo ITE, ello podría provocar una menor rentabilidad.

MITIGACIÓN:

- El Grupo dispone de expertos en la materia para 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 en el consumidor.

2

PRESIÓN ECONÓMICA SOBRE EL CONSUMO.

El Grupo ITE 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 del Grupo 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 del Grupo 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 del Grupo ITE 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 con 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 del Grupo 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 del Grupo.
- 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 del Grupo ITE y en su primera línea de clientes para evitar el desvío de sus productos a canales no autorizados.
- Los equipos de Ventas del Grupo 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 y las falsificaciones, destacando también la pertenencia del Grupo ITE a la Junta Directiva de ANDEMA (Asociación Nacional en Defensa de la Marca).

4

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y VALOR DE MARCA.

Riesgo de que los productos del Grupo 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 del Grupo ITE, 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 del Grupo ITE.

5

CAMBIOS EN LAS TENDENCIAS Y GUSTOS DE LOS CONSUMIDORES.

El Grupo ITE 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 del Grupo.

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 el Grupo 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 PRODUCTO.

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 del Grupo ITE.
- 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 del Grupo en el mercado.

MITIGACIÓN:

- El Grupo 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 del Grupo ITE 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 del Grupo.
- El aumento de regulación en las especificaciones del producto o limitaciones a su disponibilidad también afectan a los volúmenes y beneficios del Grupo.

MITIGACIÓN:

- El Grupo dispone de expertos en la materia para gestionar el impacto potencial de los cambios regulatorios.

8

SIMPLIFICACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE COSTES.

No alinear adecuadamente la base de costes del Grupo 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.

MITIGACIÓN:

- El diseño del modelo operativo se rige por un sistema formal de controles e informes.
- 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 de Imperial Brands exigen que todos los empleados del Grupo ITE deban cumplir con la legislación aplicable para las empresas cotizadas en el Reino Unido, así como la legislación en España y en el resto de los países en los que el Grupo mantiene actividad. El incumplimiento de las normas locales e internacionales puede dar lugar a la aplicación del régimen de sanciones previstas en la legislación.

IMPACTOS:

- Acusaciones de comportamiento inapropiado o sus investigaciones podrían dañar la reputación del Grupo ITE y ser causa potencial de sanciones financieras y penales, tanto para el Grupo 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:

- El Grupo dispone de expertos locales para áreas clave de cumplimiento legal, reforzados en su caso también por expertos del 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 de Imperial Brands articulan los comportamientos que el Grupo ITE espera de todos sus empleados.
- El cumplimiento de los controles clave está certificado por la Dirección de Imperial Brands, junto con una certificación de cumplimiento del Código de Conducta.
- Para garantizar el cumplimiento de las normativas internacionales, el Grupo obtiene asesoramiento experto interno y externo.
- En caso de cualquier investigación (que puede o no resultar en acciones legales contra el Grupo), se coopera activamente con la autoridad pertinente responsable de la investigación.

LITIGIOS.

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

IMPACTOS:

- Si cualquier reclamación del tabaco contra el Grupo ITE fuera exitosa, podría resultar en una responsabilidad significativa por daños y podría dar lugar a nuevas reclamaciones contra el Grupo.
- 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 al Grupo contra las mismas podrían ser importantes y no recuperables.

MITIGACIÓN:

- El Grupo 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 el Grupo.

DISCIPLINA DE CAPITAL Y GENERACIÓN DE EFECTIVO

Si no se mantienen fuertes flujos de efectivo, ello podría afectar a la capacidad del Grupo 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 del Grupo podría elevar el coste de su financiación y es probable que incrementará el coste de financiación futura y afectará 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:

- El Grupo 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 los Consejos y bajo supervisión de su Dirección Financiera.

El entorno

2.6



REGULACIÓN



Los productos del tabaco en España se encuentran fuertemente regulados. De manera resumida, cabe destacar 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.

Es importante destacar que el funcionamiento del mercado del tabaco cuenta con normativa específica y con un órgano de control exclusivo (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 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 contribuyen a la venta de tabaco por un valor agregado de 11.865 millones de euros 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 cuales 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 dentro del sector del tabaco.

El sector del tabaco y su cadena de valor desempeña un papel relevante en la economía española, con una contribución de más de 3.700 millones de euros al PIB, lo que supone el 0,27% respecto del total del PIB nacional.

Tiene además impacto en la generación de más de 57.400 empleos directos, indirectos e inducidos. A nivel europeo, España se posiciona como el quinto mayor productor de productos de tabaco en la UE, con una cuota del 3,8 % del total. Su impacto económico es especialmente significativo en comunidades como Canarias, Extremadura, Cantabria, Navarra y Madrid, donde la actividad del sector tiene un peso destacado en el tejido productivo y el empleo.

En España, Canarias aglutina la mayor parte de la producción nacional, fabricando todos los cigarrillos, y un tercio de los cigarros y cigarritos. El resto de los cigarros y cigarritos se manufacturan en Cantabria.

La industria del tabaco es un motor económico para la comunidad canaria, facturando anualmente más de 417 millones de euros y proporcionando empleo de manera directa a más de 800 familias, así como sosteniendo más de 4.000 empleos indirectos e inducidos. La importancia de la industria del tabaco está también reflejada en su peso en el comercio exterior isleño. Las exportaciones canarias de productos del tabaco supusieron en 2023 unos 96 millones de euros, lo cual supone un 4,1% de sus exportaciones totales. La manufactura de cigarrillos y cigarros presenta una tendencia creciente, habiendo aumentado ambos su volumen de producción en más de un 10% desde 2014. Por lo tanto, aunque la coyuntura es difícil, la industria del tabaco en Canarias continua en una progresiva mejora del saldo comercial de estos productos, que evidencia una mejora productiva y de competitividad en el sector.

RECAUDACIÓN FISCAL



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 que generan externalidades negativas.

En este sentido, el Grupo ITE 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.

Los datos acumulados para la recaudación de impuestos especiales de fabricación, según la información recogida en el Informe de la mesa del tabaco del 12/09/2024, sumaron un total de 6.692 millones de €. Por otro lado, se muestra la recaudación anual del IVA alcanzando los 1.919 millones de €.

COMERCIO ILÍCITO



El comercio ilícito de cigarrillos en España en el segundo semestre de 2024 registró un aumento hasta alcanzar una prevalencia del 6,9%, que supone un incremento de 1,3 puntos respecto al 5,6% registrado en el primer semestre del mismo año.

Respecto al mismo periodo de 2023, se muestra también un incremento, pasando de una prevalencia sobre el total del volumen de consumo del 5,6% al 6,9%. Estos datos proceden de la Encuesta de Paquetes Vacíos ("Empty Pack Survey"), elaborada por la consultora Ipsos. La comunidad autónoma que presenta una mayor prevalencia del comercio ilícito de tabaco es Andalucía, correspondiente al 22,7% del consumo total de cigarrillos en la región en el segundo semestre de 2024.

CULTIVO DE HOJA DE TABACO



España produce alrededor del 19% del total de hoja de tabaco europea, con un volumen de 24.000 toneladas, y es el segundo mayor productor del continente, por detrás de Italia, según los últimos datos disponibles de 2020. El 98% de la producción española de hoja de tabaco, así como su primera transformación, se concentra en Extremadura, en concreto en el norte de la provincia de Cáceres. Esta actividad contribuye al mantenimiento de alrededor de 1.900 empleos y aporta 91 millones de euros al PIB extremeño. Cabe destacar su importancia en la vertebración territorial de esta comunidad y el asentamiento de la población, mediante la generación de actividad económica en zonas eminentemente rurales².

EVOLUCIÓN DEL MERCADO



Tras la recuperación de las ventas en 2022 a niveles cercanos a las cifras prepandemia, en 2024 se observa un ligero aumento del volumen de ventas de cigarrillos en un 1,15%, motivado fundamentalmente por la total recuperación del turismo. Este crecimiento ha sido liderado por el consumo turístico y fronterizo que creció un 13,86%, mientras que el consumo nacional descendió un 0,72%. Así, en 2024, el volumen total de cajetillas vendidas fue de 2.143.502.207, según el Informe del Comité Consultivo del Comisionado para el Mercado de Tabacos de diciembre de 2024³.

El crecimiento de las ventas se materializa a través de las ventas asociadas al turismo ya que es el sector que ha incrementado su consumo, combinado con un aumento en el precio del tabaco, dando como resultado una mayor recaudación monetaria en 2023.

(2) Fuente: Informe La importancia del sector del tabaco en la economía española de AFI para la Mesa del Tabaco 2023.

(3) Fuente: Datos del Comisionado.

2.7 Principales factores y tendencias

En la actualidad, el sector del tabaco se encuentra en un contexto marcado por la fuerte competitividad y la aparición de nuevas tendencias que afectan a los productores de tabaco.



Ante estas tendencias, los retos en el sector aumentan constantemente, influenciados por aspectos como la aparición de alternativas libres de humo y la fidelidad del consumidor por las marcas relacionando las prácticas de marketing con la experiencia del usuario, así como el precio de venta al público.

Solo las empresas que estén preparadas para abordar activamente estos retos y apoyar a sus clientes y a los consumidores finales podrán avanzar hacia un mercado más sostenible.

Como comercializadores de tabaco el Grupo ITE depende directamente de los ciclos de la industria tabacalera y, por lo tanto, también se ve afectado por la fluctuación de las cifras de producción y cultivo de tabaco.

Asimismo, debido a su actividad, la compañía se enfrenta a diferentes retos específicos, entre los que se encuentran:

- **Mayor regulación y fiscalidad:** Aumento de impuestos, restricciones a la publicidad y normativas más estrictas sobre el empaquetado y la comercialización, con medidas como el empaquetado neutro o la ampliación de espacios libres de humo.
- **Cambio en los hábitos de consumo:** Disminución del consumo de cigarrillos tradicionales debido a la concienciación sobre la salud y el auge de alternativas como el tabaco sin combustión, los cigarrillos electrónicos y los productos de nicotina sin humo.
- **Innovación en productos alternativos:** Crecimiento del mercado de dispositivos de calentamiento de tabaco y vapeo, impulsado por la demanda de opciones percibidas como menos perjudiciales.
- **Presión medioambiental:** Regulaciones más exigentes sobre la sostenibilidad, reducción de residuos (como colillas) y el impacto de la producción en el medio ambiente.
- **Comercio ilícito en aumento:** Expansión del contrabando y falsificación de productos de tabaco debido al incremento de los impuestos, lo que genera pérdidas fiscales y desafíos para el sector legal.
- **Digitalización y nuevas estrategias comerciales:** Uso de nuevas tecnologías para la distribución, el marketing y la venta de productos, con un mayor enfoque en plataformas digitales y comercio electrónico en mercados regulados.

3

NUESTRO PLANETA

3.1 Gestión ambiental

La gestión ambiental en Imperial Brands está regulada por la Política Ambiental de Imperial Brands del grupo, la cual fue actualizada en septiembre del presente año, reflejando la importancia que la compañía otorga a su desempeño en este ámbito.

El eje central de esta política es resaltar la necesidad de proteger el planeta, por lo que Imperial Brands trabaja arduamente para operar de manera responsable. La sostenibilidad ambiental es un pilar clave para garantizar el éxito a largo plazo de sus operaciones y, en coherencia con su firme compromiso con los principios ESG, la empresa refuerza su propósito de generar valor compartido para sus grupos de interés.

Dentro de esta política, se establece el objetivo de lograr la neutralidad de carbono (Net Zero) en toda su cadena de valor para 2040. Para alcanzar esta meta, la compañía se enfoca en reducir su impacto ambiental y fomentar prácticas sostenibles a lo largo de toda su operación



PRINCIPALES ACCIONES CLAVE DE LA POLÍTICA AMBIENTAL



- 1. Innovación:** Evaluación del ciclo de vida y economía circular en los productos y envases con el objetivo de minimizar el impacto ambiental y la reducción de residuos.
- 2. Abastecimiento de materias primas:** Adquisición responsable, sostenible y ética de productos y servicios, trabajando con sus proveedores para una mejora continua.
- 3. Producción:** Aspiración de fabricar los productos de manera efectiva y eficiente, basándose en la certificación ISO de los centros de producción.
- 4. Compromiso con los grupos de interés:** Involucración de los empleados clientes, proveedores y comunidades locales para sensibilizarlos sobre cuestiones ambientales y fomentar su participación en prácticas sostenibles.
- 5. Cumplimiento y mejora continua:** Compromiso de cumplir con la legislación, regulación y normativa ambiental en su operación, así como en las de sus proveedores.

Esta Política Medioambiental de Grupo está respaldada por su nuevo Marco Medioambiental, que establece directrices e indicadores medioambientales clave para supervisar los resultados de Net Zero.

Con el fin último de garantizar el éxito a largo plazo del Grupo ITE en la minimización de los impactos pertenecientes a estas áreas, todas las sociedades integrantes del grupo, así como las personas que las conforman, aceptan y asumen lo establecido en esta política.

Adicionalmente, las entidades que conforma el Grupo cuentan con políticas específicas y sistemas de gestión que establecen con más detalle las directrices a seguir para cumplir con los compromisos previamente. Asimismo, la Société Marocaine des Tabacs, S.A. y la Fábrica de Cantabria de Altadis, S.A.U. cuentan con la certificación ambiental ISO 14001 y que, junto al

procedimiento HIRA⁴, permiten identificar riesgos e impactos ambientales, así como desarrollar objetivos, metas y planes de acción anuales para mitigarlos.

Estas medidas han permitido la mejora y reducción continua de los consumos, impulsando la eficiencia en la gestión al mismo tiempo que asegura el cumplimiento de los requisitos legales de aplicación.

Por otro lado, aunque la entidad Imperial Tobacco La Romana aún no cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental, está trabajando para integrar su Sistema de Gestión de Calidad con los nuevos sistemas de Gestión de Salud, Seguridad y Ambiental en los próximos años fiscales. Cabe destacar que, de forma individual, esta entidad cuenta con un permiso ambiental específico que recoge 29 requisitos de cumplimiento para la fábrica, entre los que se encuentran destacados los siguientes:

(4) Hazard Identification Risk Assessment.

PRINCIPALES REQUISITOS DEL PERMISO AMBIENTAL LA ROMANA:



- **Presentación semestral de un Informe de Cumplimiento Ambiental (ICA) en la base de datos en línea del Ministerio de Medio Ambiente. Este informe debe incluir los resultados del monitoreo de:**
 - Calidad del aire en el lugar de trabajo.
 - Emisiones de gases provenientes de combustibles fósiles.
 - Niveles de ruido en el lugar de trabajo y en el perímetro.
 - Calidad del agua residual y potable
- **Aportación de información relativa a:**
 - Consumo de agua, combustibles fósiles y productos químicos.
 - Volumen de producción de tabaco y materiales no relacionados con el tabaco.
 - Residuos peligrosos y no peligrosos (tipos, cantidades y métodos de eliminación).
 - Estado de capacitaciones, programas, campañas e iniciativas sobre seguridad laboral y medio ambiente dentro del Plan de Gestión Ambiental del Permiso Ambiental.
- **Establecimiento del requisito por el que todos los contratistas y consultores que presten servicios ambientales (monitoreo, análisis, asesoría legal, etc.) deben estar debidamente registrados y contar con un permiso válido del Ministerio de Medio Ambiente.**

El Grupo ITE integra el principio de precaución presente en sus políticas y procedimientos a través de la asignación de recursos y personal a la prevención de los riesgos ambientales de sus operaciones. En este sentido, el Grupo ha contado con 11 empleados, al igual que en el ejercicio anterior, los cuales han dedicado un total de 22.690 horas laborales (2.690 en 2023) a la prevención de estos riesgos durante el ejercicio 2024.

En última instancia, el Grupo ITE dispone de un seguro de aplicación en España que le permite cumplir con el artículo 9 de la Ley 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Ambiental. Concretamente, este seguro tiene como límite máximo de indemnización 1.153.310 euros para cubrir daños en materia de daños al medio

ambiente. Asimismo, para las actividades desarrolladas en República Dominicana y como ya se venía haciendo desde el ejercicio anterior, durante el año 2023, la sociedad Imperial Tobacco La Romana, dispone de un seguro de responsabilidad ambiental cuyo límite máximo de indemnización asciende 12.197 euros para cubrir daños en materia medioambiental. Finalmente, cabe mencionar que no se han recibido multas de índole ambiental, ni en 2024 ni en los ejercicios anteriores.

La sociedad dependiente, Real Club de Golf La Herrería, S.A.U., perteneciente al Grupo ITE, ha implementado diferentes planes de acción en materia medioambiental, orientados fundamentalmente en reducir la huella de



carbono, los consumos energético y de agua, y la protección de la biodiversidad. En este ámbito, destaca la protección y control de plagas de las 72 hectáreas de bosque natural que se incluyen en las instalaciones de La Herrería, así como el programa de anillamiento de especies e inventario ornitológico que permite preservar el entorno.

En materia de consumo energético, destaca la instalación de una planta fotovoltaica con una ratio de autoconsumo del 40%, la renovación de maquinaria y la instalación de un nuevo equipo de eficiencia energética y nuevas ventas aislantes que permiten una mejor regulación de la temperatura.

La Herrería cuenta además con un sistema de riego controlado por satélite que permite un control

exhaustivo del consumo de agua, que ha llegado a un ahorro en 2024 del 14,21% en el total de riego y agua potable.

Además, han implementado un programa de reciclado óptimo de envases, para contribuir a la reducción de residuos.

Estas iniciativas, centradas en la protección del entorno, subrayan la creciente importancia de adoptar medidas sostenibles en el contexto actual. Demostrando que la responsabilidad y la sostenibilidad se han convertido en pilares fundamentales para el Grupo ITE, reflejando nuestro compromiso con un futuro más responsable.

Consumo eficiente de los recursos

3.2



USO SOSTENIBLE DE MATERIAS PRIMAS



El modelo de negocio del Grupo se basa en la producción y distribución de cigarros y cigarrillos, por lo tanto, la principal materia prima empleada en su actividad productiva es el tabaco. Concretamente se han consumido 12.927 t de esta materia prima. El consumo de este recurso durante la producción va ligado directamente con la demanda de los consumidores, limitando drásticamente la posible aplicación de medidas transversales para mejorar la eficiencia de su uso.

Adicionalmente, se consumen en menor medida otras materias primas, como fibra de filtro de la que se han empleado 858 t, cintas sintéticas del tabaco (1.588 t) y pegamento en Marruecos, donde se han llegado a consumir 11.273 Kg.

Las filiales del Grupo ITE en Marruecos y la República Dominicana han implementado

procesos que permiten recuperar parte del tabaco inicialmente descartado, limpiándolo y descontaminándolo para reincorporarlo en la producción. Además, han realizado un proceso de recuperación de bobinas de recortes de hojas, las cuales se reutilizan externamente en INETAB, ubicado en Santiago, donde se reconstituyen para ser utilizadas como relleno en cigarros.

Como resultado de estas iniciativas, se enviaron 1,351,238 kg de desechos de tabaco a INETAB en Santiago, para ser reconstituidos en relleno de tabaco para cigarros de fabricación automática. Esto equivale aproximadamente al 32% del tabaco consumido durante el período de reporte de julio de 2023 a junio de 2024.

CONSUMO DE ENERGÍA



En línea con su modelo de negocio y propósito, Imperial Brands continúa avanzando en su compromiso para hacer frente a la emergencia climática y apoyar la transición energética a lo largo de su cadena de valor. Su apuesta por la descarbonización del sector del tabaco se refleja en la implementación de soluciones que contribuyen a la mejora de su gestión energética.

Además, la compañía trabaja activamente en la reducción y optimización de su impacto directo, con un enfoque especial en el consumo de recursos y energía. **Como parte de su compromiso ambiental, las distintas entidades del grupo han establecido los siguientes objetivos específicos para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero:**

OBJETIVO DE REDUCCIÓN DE EMISIONES ALTADIS S.A.U:

- Reducción de las emisiones en un 25% para el año 2030 mediante la disminución del consumo energético, tomando como base para esta reducción los datos del ejercicio 2017.

OBJETIVOS DE REDUCCIÓN DE EMISIONES SMT:

- Instalación de un enfriador con variador de velocidad (VSD).
- Finalización de la segunda fase de implementación de iluminación LED.
- Incorporación de aislamiento en la sala de calderas y en los componentes primarios de válvulas y equipos.
- Renovación y aislamiento de las tuberías de vapor.

OBJETIVOS DE REDUCCIÓN DE EMISIONES LA ROMANA:

- Cero emisiones netas para los alcances 1 y 2 en 2030 y para el alcance 3 en 2040.
- Mantener el 100% de la electricidad de la red proveniente de fuentes renovables y trazables, alcanzado en 2025.
- Reducción del consumo energético en un 45% para 2030, tomando como referencia el año base 2017.
- Disminuir el consumo de agua en un 50% para 2030, con base en el año 2017.
- Reducción de la generación de residuos en un 50% para 2030, tomando como referencia el año 2017.
- Adquisición del 100% de energía verde en todos los emplazamientos para el año fiscal 2025, incluyendo la fábrica de ITLR.
- Fijación de un Plan de Continuidad del Negocio que contemple riesgos climáticos como incendios, tormentas e inundaciones superficiales.
- Lanzamiento del nuevo Marco Ambiental en el FY25 para guiar a las fábricas y demás instalaciones en la consecución del objetivo de descarbonización para 2030.

Teniendo en cuenta el tipo de operaciones que desarrolla la compañía, las principales fuentes de consumo energético de sus filiales provienen de la compra de electricidad, el empleo de combustibles fósiles como el propano o gas licuado del petróleo y la energía producida por generadores diésel.

En 2024, el 66,5% del consumo energético del grupo ITE (33,39% en 2023) y el 99,9% de la electricidad consumida (52,27% en 2023) provenía de fuentes plenamente renovables. El resto de energía proviene del uso de combustibles como el gas natural, la gasolina o el diésel. La reducción del porcentaje del consumo de energía renovable se debe a la reducción de compra de electricidad de garantía de origen renovable.

Por otro lado, Altadís S.A.U. cuenta con el 100% de su suministro eléctrico procedente de fuentes renovables con garantía de origen. Para mejorar el desempeño energético del Grupo y cumplir con los objetivos establecidos por sus sociedades, se han implementado medidas específicas enfocadas en la reducción del consumo energético, así como en la disminución, mitigación y compensación de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Estas iniciativas se basan en dos pilares principales: el fomento y la contratación de energías renovables, y la optimización del consumo en sus instalaciones mediante mejoras en eficiencia energética.



PRINCIPALES MEDIDAS DE REDUCCIÓN DE CONSUMO ENERGÉTICO:



- Auditoría y reemplazo de trampas de vapor defectuosas e implementación de trampas de vapor tipo Venturi, que no requieren mantenimiento.
- Automatización de las bombas de agua fría.
- Implementación de temporizadores para los sistemas de ventilación.
- Recuperación de calor del aire comprimido para calentar agua sanitaria.
- Apagado de máquinas entre turnos de producción.
- Apagado de luces encendidas hasta la instalación de sensores automáticos.
- Sellado de fugas de aire en áreas de producción con aire acondicionado.
- Optimización de los niveles de iluminación en las áreas de producción.
- Instalación de sensores de movimiento para iluminación en oficinas y áreas de producción.

PRINCIPALES MEDIDAS DE REDUCCIÓN, MITIGACIÓN Y COMPENSACIÓN DE GEI:



- Instalación de una bomba de calor para reducir significativamente el consumo de propano.
- Evaluación de un proyecto para el uso de energía solar en la producción de agua caliente.
- Reducción en el consumo del gas licuado del petróleo (GLP) con base en la implementación del proyecto de energía solar.
- Adquisición de 5,984 MWh en I-RECs (créditos de energía renovable) por parte de Imperial Brands para ITLR de julio a diciembre de 2024.
- Compra de 6,802 MWh en I-RECs provenientes de la planta solar Monte Plata en República Dominicana para el período de enero a junio de 2024, sumando un total de 12,786 MWh de energía renovable.
- Instalación de 120 kW de capacidad en paneles fotovoltaicos para generación de energía renovable.
- Evaluación en curso de la implementación de un suministro de energía a partir de biomasa, utilizando los residuos generados internamente.
- Adquisición de doce calentadores eléctricos de 7.5 kW en mayo de 2024, con un costo de \$29,000, logrando un ahorro anual de 200,000 kWh de GLP y una reducción de 43 toneladas de CO₂.



CASO DESTACADO



Durante el ejercicio de 2024 se han llevado a cabo medidas para la reducción del consumo energético tales como: la sustitución de bajo consumo a luminarias LED en los aseos de la entreplanta y primera planta de las oficinas de Madrid. En nuestra fábrica de Cantabria, además, se han realizado proyectos de

ahorro energético, destacando la instalación fotovoltaica de 18 placas. También, se han instalado tres cargadores dobles para vehículos eléctricos que están en el parking de la fábrica para disposición de los trabajadores.

El consumo energético total ha disminuido durante el año 2024 un 7,89% respecto al ejercicio anterior, habiendo alcanzado un consumo total de 127.102 GJ tal como se puede apreciar en las tablas incluidas en el Anexo II.

Esta reducción del consumo se relaciona directamente con los niveles de producción, que tal como se menciona anteriormente, se vieron afectados por la venta de las Operaciones Premium Cigarros.



CONSUMO DE AGUA



Imperial Brands gestiona el uso del agua en sus instalaciones con el objetivo de optimizar su consumo y fomentar su uso responsable. Para ello, la compañía monitorea periódicamente sus fuentes de captación y aplica mejoras que permiten un mejor aprovechamiento de este recurso. Entre ellas, destaca la instalación de grifería temporizada en los aseos de los edificios de oficinas, con el fin de reducir el desperdicio.

La mayor parte del agua utilizada por la compañía proviene de la red de suministro, mientras que una segunda fuente de captación corresponde al agua extraída de pozos, utilizada por la entidad legal Société Marocaine des Tabacs, S.A. para el riego de los espacios verdes de sus instalaciones.

Durante el presente ejercicio, el consumo de agua ha crecido casi un 20% en relación al consumo de 2023, destacando sobre todo el crecimiento del consumo extraída de pozos. La información detallada se encuentra disponible en el Anexo II.

CONTAMINACIÓN ACÚSTICA Y LUMÍNICA



El Grupo ITE monitorea y gestiona de manera continua los impactos ambientales asociados al ruido y la contaminación lumínica en sus instalaciones. Sin embargo, el ruido emitido desde sus centros de producción hacia el exterior se considera no material, ya que estos están ubicados en polígonos industriales, zonas despobladas que no afectan a áreas residenciales ni entornos naturales.

ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE LOS RESIDUOS DE AGUA



La gestión responsable de los residuos es un pilar fundamental en la estrategia de sostenibilidad de Imperial Brands. Conscientes del impacto ambiental asociado a sus operaciones, el Grupo trabaja en la optimización de los procesos de recolección, clasificación y tratamiento de los residuos generados en sus distintas entidades. Su enfoque se basa en reducir la generación de residuos, fomentar su reutilización y promover el reciclaje, contribuyendo así a la transición hacia un modelo más circular. En este contexto, Imperial Brands implementa medidas específicas para cada tipo de residuo, asegurando su correcta disposición y minimizando su huella ambiental.

El Grupo ITE genera residuos principalmente a partir del consumo de materias primas y otros componentes utilizados en su proceso productivo. La mayor parte de estos residuos proviene del tabaco, seguido de materiales como plástico, cartón, metal y madera, habituales en sus operaciones. Además, gestiona tanto residuos peligrosos como no peligrosos, incluyendo embalajes, papel, residuos orgánicos y sustancias específicas como disolventes y aceites usados. Mediante estrategias de gestión responsables, la compañía trabaja para minimizar su impacto ambiental, optimizar la disposición de los residuos y fomentar su valorización, garantizando una clasificación y tratamiento adecuados.

Entre estos procesos de gestión de los residuos se incluyen el compostaje, la incineración con recuperación de energía, el reciclaje y la reutilización tanto interna como externa. En el caso de los residuos de tabaco, que es el residuo mayoritario, se destinan principalmente a la recuperación de energía en plantas especializadas,

así como al compostaje o a la reutilización externa en procesos como la fabricación de cigarros. De este modo, durante el presente ejercicio, se ha logrado evitar la producción de un total de 981 toneladas de residuo de tabaco.

Por su parte, Altadis, S.A.U. ha adoptado una estrategia integral de gestión de residuos con un enfoque principal en el compostaje, la incineración y el reciclaje. Como parte de su estrategia de Cero Residuos, la compañía garantiza que ningún residuo se envíe a vertederos.

Para dar respuesta a los compromisos ambientales adoptados desde Imperial Brands en lo referente a la gestión de residuos, el Grupo ITE trabaja en el desarrollo de iniciativas que contribuyan a la transformación de la economía lineal hacia un modelo más circular.

Todas estas iniciativas se evalúan anualmente a través de un análisis sobre las mejoras implementadas en el proceso productivo, que desemboca en el establecimiento de nuevas medidas para el siguiente ejercicio y la renovación de las medidas con mayor impacto en las instalaciones de la compañía.

INICIATIVAS DE TRANSFORMACIÓN CIRCULAR

- Eliminación mayoritaria del papel en el desarrollo de la actividad diaria en los edificios de Oficinas.
- Segregación de los residuos con el fin de facilitar su posterior tratamiento.
- Distribución en los edificios de oficinas de botellas-termo reutilizables.
- Fomento de los envases de cartón, desplazando así el consumo de envases de plástico.
- Promoción del programa de recogida de tapones de plástico, así como la presencia de contenedores para la gestión de pilas usadas.
- Presencia de programas ambientales anuales implantados para reducir el uso de materiales y reciclar los mismos, como por ejemplo la sustitución de correas de plástico por correas reutilizables, la optimización en el consumo de fracciones de tabaco durante el proceso productivo
- Evaluación de alternativas para reutilizar el polvo y los tallos de tabaco.
- Actualización de la formación sobre reciclaje para todos los empleados.
- Reducción de la cantidad de plástico y el grosor del embalaje industrial
- Colocación de cajas de reciclaje en cada escritorio de la oficina.
- Aumento de la tasa de recuperación de residuos mediante la clasificación de estos.
- Cumplimiento y aplicación de la estrategia de Cero Residuos a Vertedero para la disposición de residuos no peligrosos y peligrosos.
- Reducción de la incineración de residuos con recuperación de energía e incremento del reciclaje.
- Adopción de medidas adicionales de reciclaje para flujos de residuos específicos a través del contratista de residuos integrado.

PRINCIPALES MEDIDAS CIRCULARES

- Envío de residuos de tabaco y bolsas de aluminio a la planta de Cemex en San Pedro de Macorís para su uso en el horno de cemento.
- Recogida de residuos de la cafetería por Almacenes del Norte y enviados a la granja local de cerdos El Chuno para su reutilización como pienso animal.
- Envío de residuos alimentarios mezclados con otros desechos a Resicla Santo Domingo para incineración con recuperación de energía.

El Grupo ITE ha reportado la cantidad de residuos generados durante el ejercicio 2024 así como su evolución a lo largo de los ejercicios anteriores, donde se ha podido detectar un aumento interanual del 36,21% sobre el total de residuos generados respecto al ejercicio anterior. La generación total de residuos gestionados por el grupo en 2024 han sido 5.361, tal como se puede observar en las tablas de

generación de residuos incluidas en el Anexo II. Dado el modelo de negocio del Grupo ITE y el bajo volumen de residuos derivados del desperdicio de alimentos, estos no se consideran materiales significativos, ya que su impacto es limitado y está relacionado con la naturaleza de las operaciones de la empresa.

3.3 Mitigación y adaptación al cambio climático

La mitigación y adaptación al cambio climático es un tema de principal importancia para el Grupo ITE y como muestra de ello continúa dedicando sus esfuerzos para la consecución de los objetivos ya mencionados relativos a la mitigación y adaptación al cambio climático.

Para cumplir con estos objetivos, al mismo tiempo que trata de adaptarse a las consecuencias del cambio climático, la compañía ofrece productos sostenibles que den respuesta a la demanda generada por parte de los consumidores y que impliquen una mejora en el ahorro energético del Grupo, así como en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

Adicionalmente, según lo mencionado en el apartado de consumo energético, la mayoría de la electricidad consumida por el Grupo proviene de fuentes exclusivamente renovables, poniendo a su vez en marcha un estudio para valorar la instalación de paneles solares en las instalaciones que contribuyan a seguir aumentando el consumo de este tipo de energía.

A lo largo del año 2024, las principales fuentes de emisión de gases de efecto invernadero en el Grupo ITE corresponden a los equipos de climatización y generación de vapor en los centros de producción y a los vehículos utilizados por los comerciales. Los equipos de climatización y generación de vapor consumen gas natural mientras que los vehículos consumen gasolina y diésel, por lo que las emisiones producidas por ambas fuentes son consideradas de Alcance 1. Asimismo, las emisiones de Alcance 2 asociadas son muy reducidas ya que tal como se menciona

anteriormente, la mayoría de la electricidad consumida por el Grupo ITE proviene de fuentes exclusivamente renovables.

La evolución de las emisiones de Alcance 1 y 2 durante 2024 y su comparación con los ejercicios anteriores refleja un descenso interanual observado en las emisiones de GEI.

Se tiene en cuenta que el impacto de las instalaciones de Grupo ITE en materia de contaminación atmosférica es bajo, por lo que no se tienen implementadas medidas para mitigar el mismo. Durante los ejercicios de 2023 y 2024, no se han detectado fugas significativas de gases refrigerantes.

A nivel de grupo, no se ha establecido un marco común para la gestión ambiental, pero algunas sociedades han avanzado individualmente en la implementación de medidas específicas:

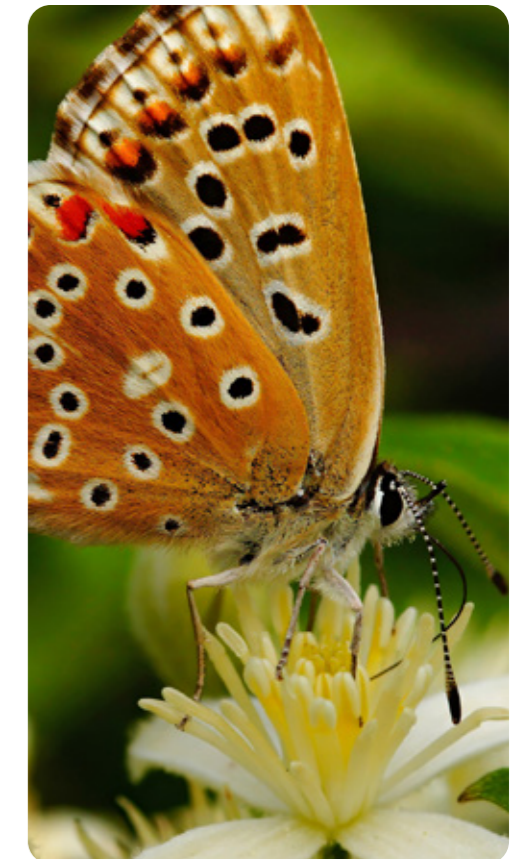
- **Altadis, S.A.U.** ha desarrollado un procedimiento para identificar todos los aspectos ambientales de sus operaciones, tanto directos como indirectos, en situaciones normales o de emergencia. Estos aspectos se evalúan en detalle para determinar su impacto ambiental significativo, sirviendo como base para la creación de un plan anual de mejora ambiental que impulsa la mejora continua del desempeño ambiental de la empresa.

3.4 Protección de la Biodiversidad

Desde el Grupo ITE no se han llevado a cabo medidas específicas para preservar o restaurar la biodiversidad, ya que su actividad no tiene un impacto significativo y directo sobre la misma.

- **En Marruecos**, la compañía aplica la metodología de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (HIRA) para analizar riesgos e impactos ambientales. Este enfoque facilita la identificación sistemática de posibles peligros y la implementación de medidas preventivas para mitigar efectos adversos en el medio ambiente, fortaleciendo así la sostenibilidad de sus operaciones.
- **El equipo de La Romana** cumple con estrictos estándares ambientales conforme a su Permiso Ambiental, que establece 29 requisitos específicos. Como parte de sus obligaciones, presenta semestralmente un Informe de Cumplimiento Ambiental (ICA) ante el Ministerio de Medio Ambiente, proporcionando datos clave sobre calidad del aire, emisiones, ruido, aguas residuales, consumo de recursos (como el tabaco, el agua y los combustibles fósiles) y gestión de residuos. Asimismo, se garantiza que todos los contratistas y consultores ambientales cuenten con la debida autorización ministerial.

Estas acciones reflejan el esfuerzo de cada sociedad en avanzar hacia una gestión ambiental más responsable, incluso en ausencia de una estrategia unificada a nivel de grupo.



4

NUESTRO EQUIPO



El Grupo ITE ha construido su identidad como empleador de referencia, dotando a sus trabajadores con una retribución justa y desarrollando aspectos claves para el bienestar de la plantilla como la conciliación entre la vida familiar y profesional, y la igualdad.

Desde el Grupo ITE, se destaca la seguridad, salud y bienestar de las personas como una de las principales prioridades de la compañía. A través de su Política de Salud, Seguridad y Bienestar, se reafirma su compromiso de proporcionar un entorno de trabajo seguro, saludable y de apoyo para todos sus empleados y colaboradores.

Dentro del marco desarrollado para reafirmar este compromiso, se ha establecido un enfoque *"Plan, Do, Check, Act"*, que permite a la compañía identificar y controlar los riesgos de manera sistemática, impulsando la mejora continua. Esto incluye la provisión de recursos y formación, la promoción de una comunicación efectiva y el cumplimiento de las normativas locales en materia de salud y seguridad.

La estrategia del grupo en este ámbito se sustenta en la campaña *"I Own Safety"*, diseñada para fortalecer la conciencia, la responsabilidad y la confianza de las personas para actuar en situaciones inseguras. A través de eventos globales e iniciativas locales, la compañía continúa promoviendo una cultura de seguridad. De cara a 2025, Imperial Brands aspira a extender los estándares actualizados de salud y seguridad a todas sus oficinas, asegurando un enfoque más uniforme en toda la organización.

4.1 Distribución del equipo

El Grupo ITE es consciente de que su mayor activo son las personas que conforman la compañía. Por eso dispone de una gran cantidad de normativa interna para regular y garantizar el bienestar de sus empleados, así como un entorno de calidad para el desarrollo de sus actividades profesionales.

En este sentido, el Grupo centra sus esfuerzos en generar un entorno de respeto y desarrollo profesional, a través de la creación de retos personales y de un ambiente diverso que aporte valor al desarrollo de su actividad profesional, en consonancia con la cultura del Grupo.

En relación a la captación de talento, así como al desarrollo y promoción, cabe destacar que la compañía cuenta con un objetivo de reclutamiento y selección del personal para puestos que impacten en los requisitos del producto, asegurando que

cuenten con el nivel adecuado y/o el potencial para ser competentes, basándose en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.

Al mismo tiempo, se garantiza que la evaluación de sus empleados se realiza únicamente en función de su perfil profesional, sin tener en cuenta su sexo, edad, país de origen o clasificación profesional.

La plantilla del Grupo ITE se distribuye entre España, Marruecos y República Dominicana, criterio que se ha tenido en cuenta para el análisis de la evolución de los datos relativos a la plantilla de la compañía. La evolución de la plantilla a cierre del ejercicio 2024 destaca por el aumento del número de empleados hasta los 3.826, de los cuales el 54,81% son mujeres y el 55,36% se encuentran entre los 30 y 50 años (siendo esta la franja más amplia).

Asimismo, a modo de referencia, se aporta una tabla que muestra el criterio de clasificación de los empleados del Grupo por categoría profesional.

Categoría Profesional	Descripción
Directivos	Equipo directivo de cada una de las sociedades del Grupo.
Técnico/Administrativo	Empleados de los edificios de oficinas del Grupo.
Personal Base	Empleados de los centros de producción del Grupo.

4.2 Diversidad, igualdad e inclusión

La inclusión es un principio que se integra de manera transversal en toda la organización de Imperial Brands, con el propósito de fomentar y asegurar la igualdad de oportunidades y trato entre mujeres y hombres.

En este sentido, el Código de Conducta de Imperial Brands PLC, es adoptado por todas las sociedades que conforman el Grupo, estableciendo así su objetivo de alcanzar unas condiciones laborales justas, seguras y que den cumplimiento a la normativa legal vigente para todos los trabajadores del Grupo, así como de los terceros con los que se mantengan relaciones comerciales.

El Grupo ITE apuesta por la contratación estable de calidad, constando a cierre del ejercicio 2024, el 99,48% de los empleados contratados de manera indefinida y el 98,93% de los trabajadores contratados a jornada completa.

De forma generalizada, se observa un crecimiento interanual en los promedios de contratos del 2%, respecto a los datos correspondientes al ejercicio 2023.

En línea con esta tendencia, se ha registrado una disminución significativa en el número de despidos en comparación con el ejercicio anterior, pasando de 1.102 en 2023 a 661 en 2024, según los datos recogidos en las tablas del Anexo III.

La compañía sigue un procedimiento de terminación de la relación laboral que cumple estrictamente con la normativa vigente del Código Laboral. Se aplican metodologías claras y uniformes para garantizar que el proceso de desvinculación se realice conforme a la ley, asegurando el respeto a los derechos del trabajador y la protección de los intereses de la empresa.



DIRECTRICES DEL CÓDIGO DE CONDUCTA: CON NUESTRO PERSONAL



- Valorar la diversidad y la inclusión e impedir el acoso: Garantiza el respeto a todas las personas por quiénes son y por lo que saben hacer, independientemente de su edad, raza, origen, género, orientación sexual, discapacidad, opinión política, religión, estado civil, o estado físico o mental u otra condición protegida por la legislación.

Destaca la importancia de trabajar juntos para obtener mejores resultados, basándose en el respeto a las opiniones y aportaciones de los demás. Reunir equipos diversos ayuda a impulsar la innovación y el rendimiento a través de perspectivas exigentes.

Se reconoce también la formación en todos sus niveles y modalidades como la herramienta fundamental para aplicar y fortalecer estos compromisos. Por ello, la empresa se compromete a proporcionar los recursos técnicos, organizativos y económicos necesarios para su implementación, mientras que las representaciones sindicales colaborarán activamente para alcanzar los objetivos de igualdad establecidos.

En 2024, el Grupo ITE ha continuado trabajando para garantizar la igualdad salarial dentro de la organización. En España, dispone de un sistema reglado de ingresos y promoción que asegura la igualdad de oportunidades entre todos los candidatos, priorizando siempre la idoneidad para el puesto de trabajo.

Para reforzar este compromiso, la compañía colabora con comités de empresa y sindicatos dentro del marco legal establecido. Como parte de estas medidas, cuenta con un Convenio Colectivo propio, publicado el 20 de agosto de 2019, que regula de manera transparente todos los aspectos de la relación laboral. En su preámbulo, este convenio destaca el principio de igualdad como eje fundamental de los compromisos asumidos por las partes.

Por su parte, Altadis dispone de un Plan de Igualdad elaborado conforme a la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, cuya vigencia se estableció hasta el 31 de diciembre de 2020.

Actualmente, la sociedad se ha centrado en adaptar el alcance y los contenidos del Plan de Igualdad al Real Decreto 901/2020, insistiendo en el cumplimiento de los objetivos principales de las políticas y medidas de igualdad establecidos desde el 2007 enumerados a continuación:

- **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.**

El Plan de Igualdad contempla diversas medidas para garantizar la igualdad de trato y oportunidades dentro de la compañía. Una de las principales acciones es la creación de la Comisión de Igualdad, compuesta por representantes de la empresa y de los trabajadores. Esta comisión se reúne de forma periódica para verificar el cumplimiento de los compromisos establecidos, a través de la presentación de datos, y para debatir propuestas y sugerencias que contribuyan a avanzar en aspectos clave como la no discriminación y la conciliación laboral.

Asimismo, el Plan se facilita a los responsables de selección de personal, tanto dentro como fuera de las sociedades del Grupo ITE en España, con el objetivo de sensibilizarlos en materia de igualdad y garantizar que los procesos de selección se ajusten a los principios establecidos.



Adicionalmente, cuenta con un Convenio Colectivo, publicado el 29 de junio de 2024, que establece el principio de igualdad como eje central de los compromisos asumidos por ambas partes. Este convenio garantiza la igualdad de oportunidades en la contratación, promoción y desarrollo profesional de manera clara y transparente.

Altadis ha adoptado legalmente el contrato por tiempo indefinido como modalidad habitual de contratación, siempre que las vacantes no puedan ser cubiertas mediante los mecanismos de promoción interna, movilidad funcional o geográfica previamente establecidos. Este sistema de ingresos y promoción está regulado, es de obligado cumplimiento para la mayoría de las vacantes y garantiza una participación paritaria entre la empresa y la representación legal de los trabajadores. El proceso se enfoca en garantizar la igualdad de oportunidades, siendo la empresa la encargada de seleccionar a la candidatura más adecuada a los requisitos del puesto.

En cuanto a las políticas de igualdad aplicadas a los procesos de ingresos y ascensos, se han acordado las siguientes medidas:

a) Igualdad de trato: Los procedimientos de selección deben seguir garantizando la igualdad de trato sin discriminación por razón de sexo, edad, situación familiar, entre otros. La valoración de los candidatos debe basarse en sus conocimientos, habilidades y competencias requeridas para cada puesto.

b) Lenguaje inclusivo: Las ofertas de empleo deben utilizar un lenguaje neutro y no sexista, promoviendo el equilibrio de género en la plantilla.

c) Acción positiva: Se introducirán medidas de acción positiva en la política de selección, con el objetivo de incorporar al género menos representado cuando los candidatos estén en igualdad de condiciones.

d) Sensibilización y formación: La sociedad cumple su compromiso de informar y sensibilizar a los responsables de selección de personal, tanto si pertenecen como si no a la empresa, proporcionándoles el Plan de Igualdad vigente para asegurar que los procesos de selección se realicen conforme a los principios establecidos en dicho plan.

En caso de incidentes de discriminación y/o acoso sexual o moral hacia los trabajadores, el Grupo sigue los procedimientos y principios establecidos en el Código de Conducta de Imperial Brands PLC y en el Convenio Colectivo de las sociedades del Grupo en España. Esta normativa regula las acciones necesarias para erradicar dichos incidentes, incluyendo la posibilidad de iniciar un expediente disciplinario cuando haya pruebas suficientes. Además, establece mecanismos para identificar posibles casos de discriminación o acoso dentro del Grupo.

ACCESIBILIDAD UNIVERSAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD



En 2024, el Grupo ITE ha contado con 7 empleados con discapacidad en su plantilla, reduciendo su presencia con relación al cierre del ejercicio anterior (8 personas en el ejercicio 2023). Igualmente se ha seguido manteniendo el cumplimiento con lo establecido en la Ley General de Discapacidad debido a la contratación de personal y a la solicitud del certificado de excepcionalidad del SEPE, en la que el Grupo ITE presenta anualmente una mejoría justificativa del cumplimiento de las medidas alternativas previstas por la ley, como podría ser la contratación de Centros Especiales de Empleo.

La aspiración del Grupo ITE es continuar con la contratación e inclusión de personas con discapacidad e impulsando así su inserción laboral y la diversidad de los equipos de trabajo presentes en las diferentes instalaciones del grupo.

En materia de accesibilidad física y de adaptación del espacio de trabajo para personas con movilidad reducida, las instalaciones del Grupo ITE cuentan con una serie de medidas diseñadas para facilitar la autonomía de estos trabajadores. Estas medidas

Con el objetivo de erradicar conductas que atentan contra la dignidad, igualdad y libertad moral de los empleados, se implementó el Protocolo para la Prevención del Acoso Moral, Sexual y por Razón de Sexo. Asimismo, se puso a disposición de los empleados un sistema de denuncias internas denominado "*whistleblowing*", accesible para informar de cualquier incidente relacionado

incluyen la presencia de plazas de aparcamiento destinadas a personas con discapacidad cerca de los accesos de entrada a las instalaciones, así como rampas en todos los accesos. En el interior de las instalaciones se cuenta con ascensores y montacargas, así como 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.

Específicamente para la sociedad marroquí del Grupo, en 2024, se han implementado medidas para garantizar la accesibilidad e inclusión de las personas con movilidad reducida, asegurando un entorno de trabajo más equitativo y cómodo para todos. Entre estas medidas, se cuenta con una rampa de acceso diseñada para facilitar la movilidad de personas con discapacidad o movilidad reducida, permitiéndoles desplazarse con mayor autonomía dentro de las instalaciones. Además, se han acondicionado baños adaptados para personas con discapacidad, garantizando que cuenten con el espacio y las adecuaciones necesarias para su comodidad y seguridad.

4.3 Formación y desarrollo

POLÍTICAS EN EL CAMPO DE LA FORMACIÓN



El Grupo ITE cuenta con una estrategia de formación que tiene como objetivo el alineamiento del conocimiento de los empleados con los requerimientos del negocio mediante la adaptación de las necesidades formativas a través de proyectos y herramientas estratégicas. Estas necesidades formativas se categorizan como individuales (orientadas al crecimiento profesional de los empleados y detectadas mediante la realización de planes de desarrollo anuales) y estratégicas (necesarias para contribuir a la consecución de objetivos estratégicos o globa-

les del Grupo y detectadas a inicios del ejercicio en colaboración entre Recursos Humanos y los responsables de las distintas líneas de negocio).

El enfoque principal de la estrategia de formación se basa en su alineamiento con las necesidades del negocio, potenciando el aprendizaje experiencial en los puestos de trabajo, el impulso de las academias como centro de la oferta formativa y el apoyo al Portal del liderazgo como prioridad y centro del desarrollo formativo del personal contratado por el Grupo.

MODELO DE LIDERAZGO EN LA FORMACIÓN



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 identificando los siguientes roles en el nuevo modelo:

- **El empleado:** Responsable de liderar su propio aprendizaje a través de un plan de desarrollo anual 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 trabaja, y el 10% los conocimientos adquiridos en las formaciones).
- **Los managers:** Impulsan la evolución de sus equipos y llevan el seguimiento de los planes de desarrollo. 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):** Supervisan que todos los empleados tengan 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.



De forma concreta para Altadis se identifican 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 se centra en alinear de manera más eficaz las necesidades del negocio, poniendo especial atención en las necesidades de aprendizaje asociadas a proyectos o herramientas estratégicas. Para ello, se busca potenciar el aprendizaje en el puesto de trabajo mediante el aprendizaje experiencial, dando un mayor enfoque a las academias, que se han consolidado como el centro de la oferta formativa. Además, el liderazgo es una prioridad en la estrategia de formación, y los líderes cuentan con un Portal de Liderazgo exclusivo para su desarrollo.

En España se ha definido la Política de Formación y Aprendizaje, así como la Política de Idiomas, con el objetivo de centrar en contribuir a implantar la transformación de la formación y el aprendizaje en todas las sociedades del Grupo ITE en España y Portugal. La Política de Formación tiene por objetivo contribuir a implantar la evolución de la formación y el aprendizaje en todas las sociedades del Grupo

en España. A su vez, también 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.

Por otra parte, la Política de Idiomas regula los requisitos necesarios para acceder al programa de idiomas de la compañía, los cuales son verificados por el área de Recursos Humanos. **Para acceder al programa, el empleado debe cumplir tres requisitos clave:**

- **Ser empleado** de alguna de las entidades jurídicas del clúster.
- **Acreditar un nivel mínimo de idioma B1**, con posibilidad de realizar una prueba de nivel si es necesario.
- **Completar un cuestionario digital** de nueve preguntas, donde el manager debe demostrar que el empleado cumple al menos seis de los nueve requisitos evaluados.

La permanencia en el programa está condicionada a alcanzar un 75% de asistencia anual, demostrar progresos en el idioma y completar el itinerario formativo establecido.

A su vez, en Marruecos y República Dominicana, se aplica un procedimiento interno sobre formación y desarrollo de competencias en base a las necesidades formativas de cada línea de negocio.

En este sentido, se imparten cursos obligatorios de Imperial Brands PLC y cursos obligatorios locales en materia de seguridad y primeros auxilios, gracias a la formación digital (iLearn) disponible para todos los empleados. Los planes de formación se diseñan en conjunto con los líderes de área, asegurando que respondan a las necesidades específicas de cada equipo. Una vez elaborado, el plan de formación anual debe ser aprobado o al menos revisado por el gerente del área correspondiente.

La Romana, cuenta con una política de formación propia basada en el Análisis de Necesidades de Capacitación, lo que permite definir un plan de formación anual, estructurado en trimestres. Este enfoque garantiza que los programas de capacitación sean pertinentes y alineados con

los objetivos organizacionales. La evaluación de la capacitación se realiza meses después de su implementación, dependiendo de su enfoque y tipo, midiendo la reacción de los participantes, los cambios en el comportamiento y la eficacia general de la formación. Además, se fomenta la participación de los empleados en sesiones de capacitación abiertas para fortalecer su desarrollo profesional.

HORAS DE FORMACIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL



La distribución de la cantidad total de horas de formación entre las diferentes categorías profesionales en el ejercicio de reporte se ha visto ampliado respecto a los datos del ejercicio 2023, tal como se puede apreciar en las tablas del Anexo III.



Remuneración y beneficios sociales

4.4

REMUNERACIONES MEDIAS Y SU EVOLUCIÓN DESAGREGADAS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

Las remuneraciones medias reportadas por el Grupo ITE siguen el criterio de caja, están normalizadas a jornada completa y tienen en cuenta todas las retribuciones tanto monetarias como en especie percibidas por los empleados. Asimismo, se presentan desglosadas por país ya que, como se puede observar en las tablas incluidas en el Anexo III, hay un alto grado de heterogeneidad debido a las diferencias geográficas en el nivel de poder adquisitivo y la debilidad de las monedas locales frente al euro, en cuyos términos se presentan los datos.

La estructura salarial de la compañía se revisa anualmente entre los meses de julio y agosto, un proceso liderado por el área de Compensación y Beneficios. Posteriormente, las propuestas de ajuste deben ser aprobadas por la Gerencia de Personas y Cultura, así como por la Gerencia de Fábrica. Además del salario base, la remuneración total de los empleados incluye componentes variables (anuales o mensuales, según la función), bonificaciones y asignaciones. La empresa promueve la equidad y transparencia en la compensación, asegurando que no exista ningún tipo de discriminación entre sus empleados.

La política de remuneración se divide en dos componentes clave: remuneración fija y variable. La remuneración fija, es decir, el salario base, evoluciona conforme a las normas salariales vigentes y se revisa cada enero. Por otro lado, la remuneración variable está vinculada al cumplimiento de objetivos y puede pagarse de manera anual o mensual, dependiendo del tipo de puesto. Adicionalmente, se otorga un bono de antigüedad, calculado de acuerdo con la legislación laboral local, lo que refuerza el compromiso de la empresa con la estabilidad y desarrollo de su talento humano.

Por su parte, Imperial Brands La Romana cuenta con una Política de Compensación salarial propia, la cual se basa en tres pilares fundamentales: equidad interna, competitividad externa y desempeño individual. Esto significa que el salario de cada empleado se determina considerando la evaluación interna del puesto dentro de la empresa, su posicionamiento con respecto al mercado de referencia y el rendimiento individual del trabajador. De esta manera, se garantiza una estructura salarial justa y alineada con los objetivos organizacionales y el mercado laboral. Además, Imperial Brands La Romana toma como referencia el percentil 50 del mercado o el promedio salarial, asegurando que los sueldos estén alineados con la media del sector. Asimismo, la empresa establece que los salarios deben ubicarse, como mínimo, dentro de la banda salarial interna definida.

Las remuneraciones medias registradas en 2024 han ascendido significativamente para el personal base, mientras que el resto de las categorías ha disminuido, acumulando un crecimiento medio del 5,14%.

Asimismo, se puede apreciar una reducción en la media de las remuneraciones de consejeros no ejecutivos de un 35,95%.

BRECHA SALARIAL

A la hora de cuantificar la brecha salarial del Grupo ITE, se debe tener en cuenta que la sociedad de Imperial Brands La Romana, ubicada en República Dominicana cuenta con salarios menores que los del resto de las sociedades incluidas en el perímetro y cuenta con una plantilla que está compuesta en su mayoría por mujeres. Esta realidad provoca que la remuneración media de las mujeres que trabajan en el Grupo sea inferior a la remuneración media de los hombres.

Los datos relativos a la brecha salarial, así como su evolución interanual se desglosan en el Anexo III.

Organización del trabajo y conciliación

4.5



ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO



En las sociedades del Grupo ITE en España, la jornada anual es de 1.630 horas, si bien una parte de la plantilla cuenta con una jornada anual inferior a la establecida, y otra pequeña parte del personal que no se encuentra sujeta a Convenio Colectivo cuenta con una jornada laboral que asciende a las 1.820 horas. **El tipo de jornada varía en base a las áreas funcionales de estas sociedades, siendo con carácter general la siguiente:**

- **Plantilla de Oficinas:** cuentan durante todas las semanas del año con una jornada partida de lunes a jueves de 8:00 a 17:00 y una jornada continua los viernes de 8:00 a 13:00. El horario muestra flexibilidad en la entrada de 2 h (8,00 a 10,00 h) de lunes a viernes, adaptándose la hora de salida en función de la hora de entrada.

- **Plantilla de Centros de Producción:** cuentan con un régimen a turnos de mañana o de tarde siendo rotativo con frecuencia semanal. La jornada nunca podrá ser superior a 8 horas diarias ni a cuarenta horas semanales.
- **Plantilla de Ventas:** cuentan durante todas las semanas del año con una jornada partida de lunes a viernes de 9:00 a 14:00 y de 16:00 hasta la terminación de esta, dependiendo del calendario local.

En Marruecos, generalmente se requiere que todos los empleados trabajen alrededor de 190 horas mensuales. **Al igual que en España, el tipo de jornada varía según las áreas funcionales mostradas a continuación:**

- **Plantilla de Oficinas:** cuentan durante todas las semanas del año con una jornada de 9:00 a 17:00 de lunes a jueves y de 8:00 a 12:00 los viernes.
- **Plantilla de CallCenter:** cuentan durante todas las semanas del año con una jornada de 9:00 a 17:00 de lunes a viernes.
- **Plantilla de Centros de Producción:** cuentan con un régimen a turnos de mañana, de tarde o de noche, de lunes a sábado. Los turnos son de 6:00 a 14:00; de 14:00 a 22:00; y de 22:00 a 6:00.
- **Plantilla de Distribución:** cuentan durante todas las semanas del año con una jornada partida de lunes a viernes, pudiendo elegir en qué momento se parte la jornada. El horario de trabajo está dividido en tres posibles turnos, todos de lunes a viernes, con el objetivo de organizar las jornadas de manera eficiente y cubrir las necesidades operativas de la empresa. Los turnos pueden ser de 8:00 a 14:00 y de 16:00 a 18:30; de 8:00 a 12:00 y de 14:00 a 18:30; y de 8:00 a 13:00 y de 3:00 a 18:30.

En República Dominicana, los trabajadores se organizan en base a dos tipos de turnos de trabajo:

- **Turno Regular:** dirigido al personal administrativo y de soporte, implica 44 horas de trabajo semanales (concretamente, de 8:00 a 17:00 de lunes a jueves y de 8:00 a 16:00 el viernes). Los empleados que trabajan en el turno regular deben cumplir con un total de 2,288 horas anuales, lo que implica una distribución constante de horas de trabajo a lo largo del año
- **Turno Rotativo:** dirigido al personal de las áreas operacionales, supone 11 horas de trabajo diario a lo largo de 4 días consecutivos (44 horas semanales), seguidos de 4 días de descanso. El horario rotativo se divide en dos bloques principales: turnos diurnos y nocturnos. Los turnos 1 y 2 corresponden a los turnos matutinos, con un horario de trabajo que va desde las 6:30 hasta las 17:30. Los turnos 3 y 4 son nocturnos, con un horario de 19:30 a 6:30.

Los trabajadores que poseen este tipo de turno de trabajo tienen una jornada anual de 2,024 horas, lo que refleja una dinámica diferente en la asignación de turnos y descansos.

(5) En el cálculo de horas de absentismo se han incluido los siguientes conceptos: accidente (en camino o en centro), actos públicos, comisión sindical, día de autorrelevo, enfermedad con hospitalización, enfermedad con justificante, enfermedad profesional, enfermedad sin hospitalización, falta justificada sin descuento, falta justificada, IT prolongada (AT/EP), lactancia de una hora, licencia sin sueldo, protección de embarazo, reunión de la dirección, salida al juzgado por citación, traslado de centro y traslado de domicilio.

(6) El dato de las horas de absentismo relativas al ejercicio 2023 ha sido recalculado aportando una mayor consistencia en el reporte de esta información.

ABSENTISMO



El número total de horas de absentismo⁵ durante el ejercicio 2024 ha sido de 323.042 horas, lo cual supone un descenso respecto a las 384.634 horas reportadas para el ejercicio 2023⁶.

CONCILIACIÓN Y DESCONEXIÓN LABORAL



El Grupo ITE está comprometido desde hace años con la conciliación y la desconexión laboral de sus empleados. Con el objetivo de evitar que los empleados superen su jornada laboral, la compañía asegura que no se les solicite realizar tareas fuera de su horario de trabajo. Para lograrlo, se trabaja en ajustar las cargas laborales a las horas establecidas y se implementan diversas medidas que facilitan la conciliación, como horarios flexibles de entrada y salida, la opción de jornada reducida (o su acumulación en días completos), teletrabajo de un día a la semana (que puede ampliarse a dos para el personal con reducción de jornada), y la posibilidad de elegir turno fijo para quienes se benefician de este sistema.

Adicionalmente y de forma específica el décimo punto del acuerdo de la Política de Teletrabajo de La Romana establece lo siguiente:

"Este documento tiene como objetivo garantizar la conciliación entre la vida laboral y familiar. Por lo tanto, se entiende que los trabajadores tienen derecho a ejercer la desconexión digital fuera del horario laboral acordado con la empresa para el teletrabajo", donde subraya la importancia de respetar el equilibrio entre las responsabilidades laborales y la vida personal de los empleados.

Relaciones sociales

4.6



ORGANIZACIÓN DEL DIÁLOGO SOCIAL



Los derechos sindicales y de representación colectiva en el Grupo ITE son fundamentales, ya que constituyen los pilares de una estructura social basada en el diálogo y la participación, esenciales para alcanzar acuerdos en la relación laboral. En España, el diálogo social se gestiona principalmente a través del Comité de Empresa y la Comisión Sindical, dos órganos clave en la negociación colectiva, que comparten competencias en los procesos de negociación y consulta.

El Comité de Empresa, cuyas competencias están reflejadas en el Convenio Colectivo de las sociedades del Grupo ITE en España, tiene la facultad de designar a sus miembros para formar parte de comisiones locales en áreas como Seguridad y Salud Laboral, Formación, Absentismo y Evaluación. Los miembros del Comité se eligen por sufragio activo de los trabajadores, según el sistema electoral establecido por la ley (art. 67 ET).

Por su parte, la Comisión Sindical actúa como el máximo órgano de representación y participación sindical, con la legitimidad para negociar convenios colectivos, reglamentos y otros pactos que afecten a los intereses generales de los trabajadores. No obstante, los Comités de Empresa mantienen competencias específicas dentro de sus respectivos centros de trabajo.

El Convenio Colectivo también ofrece un marco para que colectivos seleccionados democráticamente por los trabajadores, o en ejercicio de su derecho fundamental a la libertad sindical, desempeñen un papel central en la negociación de las condiciones laborales. Se reconoce el derecho de los sindicatos a establecer secciones sindicales, convocar reuniones, recaudar cuotas y distribuir información sindical fuera del horario laboral, sin perturbar las actividades del Grupo.

Dentro del Grupo ITE, las secciones sindicales más relevantes son aquellas pertenecientes a los sindicatos más representativos a nivel estatal o autonómico, conforme a la Ley Orgánica de Libertad Sindical. También se reconocen las secciones de sindicatos que, aunque no obtengan representación en el Comité de Empresa, hayan alcanzado un 10% de representatividad a nivel de empresa o un 20% en su ámbito provincial o autonómico. Para apoyar estas secciones, el Grupo ITE proporciona recursos técnicos, físicos y un espacio adecuado para la difusión de información sindical y otros avisos de interés para los afiliados y los trabajadores en general.

Por su parte y de forma específica, el Código Laboral de Marruecos establece un marco legal e institucional que favorece la negociación colectiva, tal como lo estipula el Artículo 92. En el nivel de la filial marroquí del Grupo, estas negociaciones se llevan a cabo en un ciclo de tres años, lo que permite establecer acuerdos laborales sólidos y sostenibles que benefician tanto a los empleados como a la empresa.

Además, la gestión diaria de las relaciones laborales dentro de la sociedad se realiza a través de los órganos representativos de los empleados, garantizando el cumplimiento de la normativa vigente. Para prevenir posibles conflictos laborales, se mantienen contactos permanentes con el sindicato más representativo, lo que facilita la comunicación y la resolución de cualquier situación antes de que escale.

De cara al futuro, se está trabajando en un proyecto para la implementación de un Convenio Colectivo, cuyo objetivo es modernizar la gestión de las

relaciones laborales. Este acuerdo permitirá una mejor identificación de las expectativas de ambas partes y fortalecerá el diálogo social, asegurando un entorno de trabajo más estable y equitativo.

En República Dominicana, la normativa no indica la obligación de disponer de procedimientos formales establecidos en Convenio Colectivo para facilitar el diálogo social, si bien se prevé trabajar en su implementación futura.

PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIO COLECTIVO POR PAÍS



A cierre de ejercicio, un 30,6% de los empleados del Grupo ITE se encuentran cubiertos por el Convenio Colectivo. A lo largo de los años se ha trabajado para aumentar este porcentaje incorporando avances en este aspecto, como la firma del Convenio Colectivo para cubrir el 100% de la plantilla en Marruecos en 2022. Actualmente se sigue trabajando para conseguir los mismos derechos para los empleados en República Dominicana.



BALANCE DE LOS CONVENIOS COLECTIVOS EN EL CAMPO DE LA SEGURIDAD Y SALUD LABORAL



El Convenio Colectivo de las sociedades del Grupo ITE en España contiene un capítulo entero destinado a regular la vigilancia de la protección de la salud y la seguridad en las mismas. Por un lado, se desarrolla la política preventiva, 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.

Asimismo, y según se menciona en el apartado “Condiciones de Salud y Seguridad Laboral” del presente informe, la filial marroquí del Grupo, de conformidad con el artículo 336 del código laboral de aplicación territorial, dispone de un Comité de Seguridad y Salud propio en seguimiento del Código de Trabajo de Marruecos, el cual requiere que todas las compañías con más de 50 trabajadores cuenten con este organismo. Entre sus funciones se encuentran la detección de riesgos laborales, el mantenimiento de los sistemas de protección de los empleados contra los mismos, la aplicación de la normativa en materia de salud y seguridad, así como el desarrollo de una cultura de prevención de riesgos laborales, entre otras.

4.7 Seguridad, salud y bienestar laboral

El Grupo ITE mantiene un firme compromiso con la salud, la seguridad y el bienestar de sus empleados, visitantes y proveedores, así como con todas las personas que puedan verse afectadas por sus actividades laborales.

En este sentido, la compañía trabaja en la consolidación de una cultura laboral centrada en la prevención, promoviendo la participación activa de los empleados en la identificación y gestión de posibles riesgos.

Este enfoque se apoya en la asignación de responsabilidades específicas a los empleados según su puesto de trabajo, fomentando su implicación en la creación y supervisión de un entorno laboral seguro.

Además, se proporciona formación obligatoria sobre salud y seguridad en el trabajo, así como información sobre los riesgos asociados a cada puesto y las actuaciones a seguir en situaciones de emergencia.

Como complemento a la formación y a la cultura preventiva, el Código de Conducta de la compañía establece directrices específicas para garantizar la seguridad y el bienestar de todos en el entorno laboral.

DIRECTRICES DEL CÓDIGO DE CONDUCTA: SEGURIDAD Y SALUD



- Promover un lugar de trabajo seguro y saludable: Se persigue ofrecer a los empleados la mejor atención posible, por lo que, en materia de medio ambiente, salud y seguridad la normativa de la compañía con frecuencia supera lo que exige la ley.

Se da prioridad al cuidado personal y de otros trabajadores que forman parte del equipo para crear un entorno de trabajo positivo.



En República Dominicana, Imperial Brands La Romana lleva a cabo numerosas evaluaciones de riesgos, las cuales permiten la elaboración de indicadores clave para fortalecer su sistema de gestión de seguridad laboral. Este sistema incluye un programa activo de registro de incidentes evitados, con el fin de identificar posibles peligros antes de que se conviertan en accidentes. Por otro lado, en Marruecos, el desempeño en salud y seguridad laboral se alinea con las políticas de Imperial Brands PLC y su *OHSE Framework*, que ofrece directrices y estándares relacionados con diversas áreas de la seguridad en el trabajo. Algunos de los programas incluidos son conducción segura, trabajos en altura y manuales, prevención de resbalones, tropiezos y caídas, así como la protección personal.

En las entidades de Marruecos y España, se cuenta con un Comité de Seguridad y Salud, que celebra reuniones bimestrales en las que se comparten indicadores de accidentalidad, accidentes relevantes, lecciones aprendidas y píldoras de seguridad. Este comité refuerza la implicación en la gestión de

riesgos laborales y está compuesto por representantes de los trabajadores (Delegados de Prevención), la empresa, el personal del servicio de prevención mancomunado, y expertos en áreas específicas para llevar a cabo proyectos como evaluaciones psicosociales y servicios médicos externos.

Adicionalmente, se realizan reuniones mensuales de Dirección y del ciclo de Ventas, en las que también se analizan indicadores de accidentalidad, accidentes relevantes y lecciones aprendidas, con el objetivo de abordar riesgos relacionados con la seguridad vial, el manejo manual de cargas y aspectos ergonómicos.

Las sociedades del Grupo ITE en España cuentan con un servicio de Prevención Propio Mancomunado, que incluye especialistas en Seguridad, Higiene, Ergonomía y Psicología, mientras que la especialidad de Medicina de Trabajo está externalizada. Además, la Fábrica de Cantabria posee la certificación OHSAS 18001 en Gestión de la Seguridad y Salud Laboral, y el resto de los centros de trabajo se someten a auditorías externas reglamentarias,



superadas con éxito durante más de 15 años. Estas certificaciones y auditorías evidencian el fuerte compromiso del Grupo con las buenas prácticas en seguridad laboral y la integración de la prevención en todas las áreas y actividades, tanto para empleados internos como externos en las instalaciones del Grupo ITE en España.

En este marco, se ha implementado el teletrabajo y se destaca el enfoque preventivo, que incluye la obligatoriedad de realizar formación específica y cumplir con una lista de comprobación del espacio de trabajo, que incluye fotografías del mismo. Asimismo, las sociedades en España adoptan medidas adicionales a las exigidas por la legislación en materia de salud y seguridad laboral. Un ejemplo de esto es el programa de bienestar "Sabemos Cuidarnos", que abarca áreas como nutrición, hidratación y actividad física. En los edificios de oficinas, se garantiza el confort de los empleados mediante la implementación de sillas

adecuadas, pantallas y teclados regulables, ratones ergonómicos, luz natural, ventilación exterior y espacios de descanso y silencio.

Cabe destacar que Altadis ofrece diversos servicios médicos y de bienestar a sus empleados, destacando la presencia de un médico y un ATS en el centro de trabajo, lo que facilita la consulta médica cualquier día de la semana. Además, el centro cuenta con un servicio de fisioterapia disponible de lunes a jueves, y todos los empleados tienen acceso a un seguro médico con amplias coberturas, incluyendo atención dental. Como parte de los reconocimientos médicos, se realizan analíticas ampliadas de sangre y orina (PSA) para que los trabajadores puedan conocer su estado de salud general.

La empresa también cuenta con una Comisión Mixta que otorga ayudas para tratamientos específicos de salud, tanto para los empleados como para sus familiares. Estas ayudas cubren

intervenciones oftalmológicas, tratamientos para trastornos psicológicos, gastos derivados de la enfermedad celiaca, audífonos, rehabilitación fisioterapéutica, ayudas dentales, corsés ortopédicos, entre otros.

Adicionalmente, la sociedad española ha elaborado una Guía para el Trabajo a Distancia que ofrece recomendaciones en aspectos de seguridad, higiene, ergonomía y bienestar psicosocial. La guía destaca cuatro puntos clave: el cuidado de la espalda y las posturas, el cuidado de la mente mediante videos de respiración y audios de relajación (incluyendo una guía de salud emocional), el cuidado de la alimentación y, finalmente, la importancia de la actividad física.

A nivel Grupo y en línea con el objetivo de prevención de riesgos laborales se elaboran planes en los que se define la política preventiva del Grupo con el fin de involucrar, sensibilizar y responsabilizar a todos sus empleados. Imperial Brands cuenta con un plan de autoprotección y emergencias, simulacros de evacuaciones, así como un equipo de emergencias coordinado y formado. Además, todas las instalaciones del Grupo ITE cuentan con una señalización adecuada para salidas de emergencia, extintores y BIEs⁷, que son sometidas a revisiones periódicas según indique la normativa aplicable.

Además, durante este último ejercicio, las sociedades del Grupo ITE en España han llevado a cabo distintas iniciativas relativas a la creación de una auténtica cultura preventiva conforme a la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, tales como:

- **La campaña gratuita de vacunación** contra la gripe estacional para los trabajadores.
- **La promoción de la plataforma de Bienestar** incluyendo píldoras específicas en materia de Nutrición, Actividad Física, aspectos sociales, de medio ambiente y financieros.
- **Divulgación** de aspectos relacionados con el bienestar a través de *webinars* mensuales sobre el descanso, salud mental, neuromarketing, autocuidado y alimentación, superación y resiliencia, risoterapia....
- **Se incentiva al cumplimiento del reto mensual** de pasos entre los trabajadores con el objetivo de minimizar el impacto del sedentarismo en la plantilla: objetivo 10.000 pasos con un recorrido por diferentes ciudades del mundo.
- **Se lanzan retos mentales** diarios para ejercitar la memoria y la capacidad cognitiva.
- **Se han organizado Talleres teórico-prácticos** de Primeros Auxilios para todos los equipos de oficinas y ventas.
- **Se ha impartido formación específica de trabajo a distancia** incluyendo un test para evaluar el puesto de trabajo en el domicilio.

El desempeño del Grupo ITE en materia de salud y seguridad durante el ejercicio de 2024 muestra un comportamiento similar al observado en los indicadores de accidentabilidad del ejercicio anterior.



5

GOBER_ NANZA

5.1 Comportamiento ético

Imperial Brands considera el comportamiento ético y el respeto por los Derechos Humanos como pilares fundamentales de su cultura corporativa y buen gobierno. La compañía opera con integridad, transparencia y responsabilidad, asegurando el cumplimiento de los más altos estándares éticos en todas sus decisiones y acciones.



Su compromiso con los Derechos Humanos se extiende a toda su cadena de valor, promoviendo la dignidad y el bienestar de empleados, trabajadores de su cadena de suministro y comunidades en las que opera. Para ello, se adhiere a la Política de Derechos Humanos de Imperial Brands PLC, garantizando el cumplimiento de sus directrices y fomentando prácticas empresariales responsables.

Este compromiso se refleja en su Código de Conducta, tanto propio como de proveedores, así como en diversas normas del Grupo que establecen principios fundamentales en materia de Derechos Humanos. Todas estas directrices son de cumplimiento obligatorio para empleados, proveedores y socios comerciales. Además, la compañía asegura el cumplimiento de la normativa vigente y, cuando la legislación local es menos estricta, aplica su propia Política de Derechos Humanos como referencia prioritaria.

POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS



El objetivo de esta política consiste en garantizar el respeto y apoyo de los Derechos Humanos de los empleados, de los trabajadores de la cadena de suministro y de las comunidades en las que opera la compañía. Mitigando al mismo tiempo los riesgos potenciales de abuso sobre los Derechos Humanos.

También se recoge en este documento la libertad de asociación de los empleados de la compañía: "Respetamos el derecho de los empleados y de quienes trabajan con nosotros a afiliarse o formar sindicatos de su elección y negociar colectivamente. No debe haber temor a represalias por comunicarse abiertamente sobre problemas y condiciones del lugar de trabajo."

Esta política se basa en su mayor parte en principios internacionales como la Carta Internacional de Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo y los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos.

De forma complementaria, algunas de las sociedades que componen el Grupo ITE cuentan con convenios colectivos propios que en ningún caso vulneran los Derechos Humanos de los trabajadores.

Por su parte, las sociedades españolas cuentan con una política llamada *Modern Slavery and Human Trafficking 2022* que recoge el proceso de Due Diligence que deben realizar todas las compañías de Imperial Brands para garantizar el respeto a los Derechos Humanos, así como luchar contra el trabajo de menores. De este modo estas sociedades cumplen con la normativa europea y nacional sobre trabajo infantil, exigiendo lo mismo a sus proveedores y colaboradores. Además, la compañía respeta el artículo 6 del Estatuto de los Trabajadores, que prohíbe la admisión al trabajo de menores de 16 años y limita el trabajo nocturno y las horas extraordinarias para menores de 18 años, conforme a la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

Asimismo, Société Marocaine des Tabacs,S.A., implementa medidas concretas para promover un entorno de trabajo inclusivo y respetuoso, basándose en principios de diversidad y Derechos Humanos,

como lo son las distintas formaciones obligatorias, donde garantizan que cada miembro de la organización comprenda sus derechos y responsabilidades, así como las mejores prácticas para fomentar un entorno laboral equitativo y libre de discriminación.

También se ha implementado la "Charte de la Diversit   en Entreprise", un documento que promueve la igualdad de oportunidades y la inclusión en el ámbito laboral. Al firmarla, se reafirma el compromiso de combatir la discriminación y garantizar que todas las personas, independientemente de su origen, género, religión o cualquier otra característica, sean tratadas con respeto y tengan acceso a las mismas oportunidades dentro de la empresa.

De la misma forma, El Grupo ITE rechaza cualquier 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 el Grupo.

Con el fin de garantizar el cumplimiento de los principios establecidos en el STP sobre Derechos Humanos, los proveedores del Grupo ITE est  n sujetos a auditorías presenciales, las cuales deben superar satisfactoriamente y, en caso contrario, la compañía cesaría su relación comercial con estos proveedores.

Medidas contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales

5.2

El Grupo ITE mantiene una política de tolerancia cero frente al soborno y la corrupción, la cual es una parte integral de su compromiso con las mejores prácticas empresariales y con un entorno de trabajo ético y responsable.

Esta política es de aplicación para todos los empleados, directivos y trabajadores temporales del Grupo, así como para los distribuidores, clientes, proveedores y socios comerciales. Todos ellos deben adherirse a las directrices establecidas en el Código de Conducta y la Política de Lucha contra el Soborno y la Corrupción, que reflejan el compromiso del Grupo con la integridad y la transparencia en todas sus operaciones.

El Grupo define el soborno de una manera amplia, que no solo incluye el ofrecimiento de dinero, sino también la entrega o recepción de obsequios, favores o actividades de ocio que puedan generar conflictos de interés o ser interpretados como intentos de influir indebidamente en una persona. Por esta razón, se prohíbe a todos los empleados ofrecer, prometer o entregar dinero o cualquier otro beneficio, ya sea de forma directa o indirecta, con el fin de inducir a una persona a actuar de manera inapropiada o recompensar una conducta indebida. De igual forma, se prohíbe la aceptación de tales obsequios si estos tienen la finalidad de influir en la toma de decisiones comerciales.

Para garantizar la transparencia y el cumplimiento de estas normativas, el Grupo ITE ha adoptado una Política de Obsequios y Actividades de Ocio. Esta política establece que los obsequios y las actividades de ocio deben ser modestos y apropiados, con un propósito comercial claro y justificable. Además, cualquier obsequio o actividad de ocio que supere los 60    debe ser aprobado por escrito por un superior y debe ser registrado en el Registro de Obsequios y Actividades de Ocio, que permite garantizar que dichos obsequios sean coherentes con los intereses

comerciales del Grupo. El valor máximo aceptable para un obsequio o invitación es de 280   , ya sea en forma de un solo regalo o a través de varias entregas recibidas o enviadas a la misma persona, asegurando que se mantenga la integridad en las relaciones comerciales.

En relación con el blanqueo de capitales, el Grupo tiene una política estricta para prevenir este tipo de actividades ilícitas. Imperial Brands reconoce que puede ser indirectamente responsable de las acciones de terceros, como distribuidores, proveedores o consultores, que pudieran utilizar al Grupo para blanquear dinero. Por ello, la empresa exige a sus proveedores la firma del Código de Conducta de Negocio y la presentación de un certificado de titularidad de cuenta bancaria antes de la firma de cualquier contrato. Esto asegura que el dinero con el que se realizan transacciones tiene un origen legítimo y que se cumplen todos los requisitos legales y regulatorios. En la sociedad marroquí, se implementan controles adicionales, como la doble aprobación de los pagos a proveedores que superan un umbral determinado, y la validación conjunta del Director Financiero y el Director General para pagos superiores a 140.000 MAD.

De forma adicional, el Grupo ITE asegura que sus empleados est  n bien informados y formados sobre la prevención de soborno, corrupción y blanqueo de capitales. Para ello, se proporciona formación obligatoria en estos temas, con el objetivo de sensibilizar a los empleados sobre la importancia de cumplir con estas normativas y de identificar cualquier posible irregularidad. También se ha implementado una política de denuncia de

irregularidades (Speaking Up Policy), que permite a los empleados reportar cualquier conducta inapropiada sin temor a represalias, garantizando así un entorno de trabajo seguro, íntegro y transparente.

Estas acciones se complementan con medidas adicionales como el control de pagos en efectivo, los cuales no pueden superar los 20.000 MAD (aproximadamente 1.900 €). Estas políticas

5.3 Canal de denuncias

Los empleados del Grupo tienen diversas opciones para comunicar sus preocupaciones relacionadas con posibles violaciones de los Derechos Humanos, actuando de manera proactiva al trasladar estas situaciones a través de su mánager o jefe directo, o bien a través de su Business Partner o director de Recursos Humanos.

refuerzan el compromiso del Grupo ITE con la lucha contra la corrupción, el blanqueo de capitales y las prácticas empresariales no éticas. La implementación rigurosa de estas normativas no solo fortalece la cultura de cumplimiento dentro del Grupo, sino que también garantiza la confianza de sus empleados, clientes, proveedores y demás partes interesadas, consolidando un modelo de negocio basado en la integridad y la responsabilidad.

Además, el Grupo ofrece un canal de denuncias, denominado "whistleblowing", al que pueden acceder tanto los empleados como terceros. Este canal permite reportar de manera confidencial y de buena fe cualquier conducta contraria al Código de Conducta, asegurando que no se tomarán represalias por hacerlo. **El acceso al canal de denuncias está disponible a través de:**

Canal	Datos de Contacto
Intranet Corporativa	"Speaking Up Policy"
Email	speakup@impbrands.com
Línea Telefónica	+34 900 94 44 01
Correo Postal	The Company Secretary 121 Winterstoke Road - Bristol The Company Secretary BS3 2LL, United Kingdom Asunto: Personal

Durante el ejercicio 2024, y al igual que en el ejercicio anterior, ninguna de las sociedades que conforman el Grupo ITE ha recibido denuncias en materia de vulneración de Derechos Humanos a través del mencionado canal corporativo.

6

NUESTRA CONTRIBUCIÓN SOCIAL

6.1 Impacto en la sociedad

El Grupo ITE demuestra un firme compromiso con su entorno, participando activamente en iniciativas que buscan generar un impacto positivo en la sociedad. Más allá de su papel en la creación de riqueza y la generación de empleo, la compañía se esfuerza por tener un papel activo en las comunidades donde opera.



Su enfoque de gestión responsable no se limita únicamente a satisfacer las expectativas de los accionistas, sino que también se extiende a sus empleados, clientes y proveedores, considerando cuidadosamente el impacto global que ejercen en la sociedad.

Gracias a su compromiso con este objetivo, Altadis, S.A.U. se ha consolidado como un motor de crecimiento económico para el campo español, especialmente en Extremadura, al ser el principal comprador del tabaco cultivado y procesado en territorio nacional.

Extremadura es la principal región productora de hoja de tabaco en España, concentrando más del

98% de la producción. Su tabaco es altamente valorado en el mercado internacional por su calidad, y su cultivo representa un pilar fundamental para la economía regional. Como filial del Grupo ITE, Altadis desempeña un papel clave en este sector, impulsando el desarrollo económico de Extremadura a través de su apoyo continuo a la producción local.

El apoyo de la compañía a esta región no se basa únicamente en el impulso y la compra del tabaco, sino que también adquiere un papel activo 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.

ALTADIS S.A.U. CONTRA EL COMERCIO ILÍCITO DE TABACO



La entidad legal perteneciente al Grupo ITE, sigue ampliando su compromiso con la lucha frente al comercio ilícito de tabaco, que afecta especialmente a regiones de España como Extremadura, y se materializa a través del ferviente trabajo de la compañía para fomentar la disminución del contrabando de tabaco.

La entidad ha estado dedicando sus esfuerzos y liderando la lucha contra este fenómeno con la colaboración y el compromiso de todos los actores involucrados en el sector tabacalero a lo largo de los años. 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 10.816 mensajes alertando de prácticas y puntos de venta ilegales, correspondiendo 571 a las denuncias recibidas durante el ejercicio fiscal 2024. Estas denuncias anónimas han 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, durante el año fiscal 2024, Altadis ha organizado la octava edición del Congreso Frente al Contrabando de Tabaco. La jornada 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 estanqueros y productores de tabaco.

[Sitio web No Contrabando](#)



Por su parte, Société Marocaine des Tabacs, S.A. refuerza su compromiso con la sociedad y las comunidades en las que opera a través del apoyo y financiación de la SMarT Foundation. Esta fundación tiene como misión fortalecer la participación social mediante el financiamiento, apoyo técnico y seguimiento de proyectos estructurales, enfocados principalmente en poblaciones desfavorecidas vinculadas a la cadena de valor de la compañía.

Uno de los pilares clave de la fundación es el programa “SMarT Initiatives”, diseñado para reunir

a personas y organizaciones —como centros de formación, ONGs y cooperativas— con el propósito de desarrollar soluciones innovadoras a desafíos sociales. A través de esta iniciativa, se promueve el desarrollo humano y se atienden las necesidades esenciales de la comunidad de Ain Harrouda.

Este programa ofrece constantemente actividades educativas dirigidas a jóvenes y adultos, proporcionándoles herramientas para su desarrollo en tres áreas fundamentales: aprendizaje, empleabilidad e integración económica y social.

Entre las acciones impulsadas por la SMarT Foundation, destacan las siguientes:

- **Clean Beaches Programme:** iniciativa destinada a la limpieza periódica de dos playas apadrinadas, beneficiando tanto al medioambiente como a los más de 50.000 bañistas diarios que las visitan.
- **Centro Social Zenata:** en colaboración con Human4Human, en 2024 se ha lanzado un programa de tres años enfocado en la reinserción social y profesional de personas en situación de vulnerabilidad. Este centro servirá como incubador social en Ain Harrouda, reuniendo asociaciones locales, incubadoras, ONG y centros de formación para desarrollar soluciones de alto impacto en la lucha contra desafíos sociales urgentes.
- **Genious Territory:** tras el devastador terremoto, Maroc Impact, en alianza con la SMarT Foundation, ha desarrollado este ecosistema territorial innovador en Douar Sidi Hssain (comuna de Amaghrrass, provincia de El Haouz). La iniciativa busca regenerar la economía local mediante la integración de tecnologías que potencien las habilidades artesanales de la comunidad, fomentando la innovación y la resiliencia para generar oportunidades económicas sostenibles.

Asimismo, Société Marocaine des Tabacs también incentiva la participación de sus empleados en iniciativas de voluntariado dentro de las comunidades locales. Asimismo, financia las actividades de la SMarT Foundation en el marco de la "National Solidarity Campaign", aportando anualmente 1 mill  n de dirhams marroquíes para apoyar proyectos de impacto social.

El compromiso de Altadis, S.A.U. con las comunidades en las que opera se refleja también en su apoyo a la investigación y la dedicación de recursos para su impulso. En línea con lo establecido en su Código de Conducta y su compromiso con la sostenibilidad, la compañía

sigue implementando métodos de trabajo que buscan reducir su impacto ambiental. Su estrategia incluye la reducción activa de residuos, fomentando el reciclaje y la reutilización de materiales siempre que sea posible, con el objetivo de cumplir con sus responsabilidades corporativas y contribuir a la preservación del medio ambiente.

Como parte de este compromiso, Altadis, S.A.U. continúa reforzando su acuerdo de colaboración con investigadores de la Universidad de Extremadura (UEX), donde un equipo multidisciplinar de doctores en diversas áreas —acústica, química y matemáticas, entre otras— sigue avanzando en la investigación para reconvertir colillas de cigarrillos en material absorbente acústico.

Este equipo lleva años desarrollando una fórmula para dar una nueva vida a las colillas y ha logrado avances significativos en su uso como aislante de ruido. Como resultado de la investigación, se ha demostrado el potencial acústico de las muestras preparadas con filtros de colillas, analizando la influencia de humedad, espesor y densidad en su comportamiento y desarrollando un procedimiento químico eficaz para la limpieza de impurezas acumuladas en ellas.

En el marco de sus actividades de asociación y colaboración dentro de la comunidad local, el Grupo ITE participa activamente en alianzas estratégicas que reflejan su compromiso con sus principios y valores fundamentales.

Estas colaboraciones trascienden las relaciones convencionales, estableciendo vínculos sólidos con entidades afines que comparten la identidad y los mensajes clave de la compañía. A través de estas asociaciones, el Grupo ITE no solo refuerza su presencia en la comunidad, sino que también impulsa de manera conjunta sus valores y misión, promoviendo la excelencia y la responsabilidad corporativa como pilares esenciales de su estrategia empresarial.

PARTICIPACIONES DE FILIALES DEL GRUPO ITE EN ASOCIACIONES



Las asociaciones con las que llevan a cabo la participación son entidades con las que la compañía se identifica y con las que comparten los mensajes de algunos de sus principios y valores.

ALTADIS, S.A.U.

Altadis participa en asociaciones con las que se identifica y cuyos mensajes reflejan algunos de sus principios y valores. Como parte de su compromiso con el sector, 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.

Es miembro de la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA) y forma parte de su junta directiva. A través de esta participación, la compañía respalda la creación de una cultura de protección de las marcas y contribuye activamente a la lucha contra las falsificaciones.

Además, su integración en la Asociación de Multinacionales por la Marca España refleja su compromiso con la sociedad española y su economía, reafirmando su apoyo al desarrollo y fortalecimiento del tejido empresarial del país.

SOCIÉTÉ MAROCAINE DES TABACS.

La Fundación SMarT centra su labor en tres áreas principales: educación, empleabilidad e integración social y económica. Además, participa activamente en iniciativas nacionales en los ámbitos de la solidaridad y el medio ambiente.

Todos estos proyectos y programas se desarrollan en colaboración con socios clave de la sociedad civil. Sus principales aliados son organizaciones de interés público reconocidas, ampliamente conocidas por la ciudadanía.

IMPERIAL BRANDS LA ROMANA.

Situada en República Dominicana, colabora de manera activa para integrarse como parte activa de la comunidad en la que opera, estableciendo asociaciones y afiliaciones con diversos proveedores locales, entidades gubernamentales e instituciones. Adicionalmente y dada su elevada capacidad de creación de empleo, genera un importante impacto positivo sobre el tejido industrial y económico de República Dominicana, contribuyendo consecuentemente al desarrollo de las personas y las comunidades locales. En este sentido, se sitúa como uno de los principales empleadores del país al contar con más de 3.500 trabajadores en su plantilla.

El Grupo ITE realizó, principalmente a través de Soci   Marocaine des Tabacs, S.A., aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro durante el ejercicio 2024 que ascienden a un valor total de 1.065.493   (1.144.195   en el ejercicio 2023, que incluí las aportaciones llevadas a cabo en Marruecos a l'Association des   uvres Sociales (AOSOC), el sindicato del tabaco y el sindicato nacional de comerciantes y trabajadores). A su vez,

Altadis S.A.U. mantiene su acuerdo de colaboración con la Fundación del Teatro Real. Este acuerdo se asocia a los objetivos de la compa  a entre los que, además de actividades sociales, promueve 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.

Protección de los consumidores



SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES



La salud y seguridad de los consumidores es una prioridad fundamental para el Grupo ITE, tal y como se refleja en su análisis de materialidad. Para garantizar la protección de sus productos en todas las fases de la cadena de valor, la compa  a adopta como propia la Política de Calidad y Seguridad de los Productos de Imperial Brands PLC, la cual abarca desde la adquisición de materia prima hasta la entrega final al consumidor, involucrando a todos los agentes del proceso.

Como parte de esta política, todas las fábricas en las que se producen las marcas comercializadas por el Grupo ITE en España cuentan con la certificación ISO 9001, lo que refleja el compromiso corporativo con la gestión de la calidad y la excelencia del producto. Como fruto de las medidas detalladas en esta política, cabe destacar que todas las fábricas en las que se producen habitualmente las marcas comercializadas por el Grupo ITE en España implantan la referencia ISO 9001, reflejando así

el compromiso corporativo con la gestión de la calidad del producto y la meta de garantizar niveles de excelencia.

Desde el inicio de la cadena de valor, con la adquisición de la hoja de tabaco, las entidades del Grupo ITE, incluyendo Altadis, garantizan la seguridad del consumidor seleccionando proveedores responsables con alta reputación en la industria. Además, el tabaco adquirido para la producción es sometido a pruebas previas a la compra para verificar el uso de fitosanitarios dentro de los límites aceptados por la industria.

En cumplimiento de la Directiva 2014/40/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, todos los fabricantes de productos de tabaco est  n obligados a presentar a través del portal EU-CEG información detallada sobre ingredientes, emisiones y datos toxicológicos, entre otros aspectos. Esta regulación permite a las autoridades de los Estados Miembro evaluar los productos y garantizar su conformidad con los estándares de calidad y seguridad de la Unión Europea.

Sin embargo, el compromiso del Grupo no se limita solo a garantizar la calidad y seguridad de sus proveedores, sino que también se extiende al conocimiento de sus clientes y a la verificación de los estándares de seguridad en su actividad productiva.

Siguiendo los estándares definidos en el documento "Product Supply Compliance Policy Standards" de Imperial Brands, antes de formalizar cualquier acuerdo comercial, las compa  as identifican y verifican el cumplimiento de las obligaciones de diligencia debida por parte de sus clientes. Además, estos controles se realizan de forma continua durante toda la relación contractual.

El compromiso de las compa  as con la calidad y la seguridad no solo se basa en la transparencia y el apoyo a las autoridades del sector, sino también en la garantía de que los menores no accedan a productos de tabaco.

El contrabando y la falsificación afectan negativamente a toda la sociedad, ya que facilitan el acceso de los menores a productos de tabaco, reducen la recaudación fiscal de los gobiernos y perjudican a los consumidores al privarlos de productos con garantía de calidad y seguridad. Por ello, Imperial Brands promueve una colaboración activa entre la sociedad y las autoridades para

combatir estas prácticas ilícitas y reforzar la protección del consumidor.

Por su parte, en Marruecos se adopta como propio el Procedimiento de Calidad de Consumidores ("*Quality Procedure for Consumer & Customer Complaints Handling*") de Imperial Brands PLC, mientras que en República Dominicana se cuenta con una Política integrada de Calidad, Medio Ambiente, Salud y Seguridad desarrollada internamente y actualizada en noviembre de 2024. A raíz del acuerdo firmado entre Imperial Tobacco Limited y la Comisión Europea con el fin último de combatir el contrabando de tabaco y la falsificación de cigarrillos en la Unión Europea. El Grupo ITE colabora con la Oficina Europea de Lucha contra el Fraude y con las autoridades policiales y judiciales de los Estados Miembro contribuyendo a garantizar la seguridad de los consumidores.

Considerando todos los puntos detallados anteriormente, la compa  a identifica, declara y asume los siguientes compromisos:

- Estándares de Producto e Ingredientes:** Los productos del Grupo ITE se elaboran con materias primas de calidad. El Grupo trabaja en la constante mejora de sus procesos y procedimientos con el firme objetivo de ofrecer la mayor calidad en sus productos cumpliendo con las medidas de etiquetado, seguridad e ingredientes establecidas en la Directiva 2014/40/UE.
- Protección de Menores:** La prevención del uso de productos de tabaco por los menores es un problema que la sociedad en su conjunto debe abordar. La labor del Grupo ITE en este sentido 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.
- Lucha Contra el Comercio Ilícito:** La colaboración del Grupo ITE con entidades, organizaciones y autoridades que trabajan en la lucha contra el comercio ilícito de tabaco es habitual. Este espíritu de colaboración se ha reflejado también en las Jornadas Sobre Contrabando, organizadas por las sociedades del Grupo ITE en España con carácter anual y en las cuales han participado diversos representantes de la Agencia Tributaria, la Guardia Civil y Aduanas.

SISTEMAS DE RECLAMACIÓN



La compañía otorga una gran importancia a la comunicación con sus clientes, considerando la gestión de quejas y reclamaciones como un aspecto fundamental para garantizar la calidad de sus productos y la satisfacción del consumidor. A través de canales de atención especializados y procedimientos internos rigurosos, se asegura una respuesta eficiente a cualquier incidencia, con el objetivo de resolver los problemas de manera inmediata y prevenir futuros inconvenientes.

El Grupo ITE mantiene a disposición de sus consumidores y clientes canales de comunicación y diálogo para reportar quejas o reclamaciones. En España se dispone de canales de comunicación abiertos para atender las quejas y reclamaciones de sus consumidores y clientes. A través del número de teléfono [+34 900 360 900], visible en el empaquetado de todos sus productos, se ofrece una gestión inmediata de cualquier incidencia reportada. Para garantizar una respuesta eficaz, la empresa cuenta con un procedimiento operativo interno denominado "Customer / Consumer Complaints Process", que permite identificar la causa del problema, aplicar una solución y prevenir su repetición.

Por otro lado, en el caso de La Romana, el proceso de gestión de reclamaciones sigue un procedimiento establecido que es revisado y analizado internamente de manera mensual, en colaboración con ITGB Compliance y otras instalaciones. Las quejas de los consumidores se registran a través del centro de atención telefónica y quedan almacenadas en el sistema Catsweb, donde ITLR define un plan de acción para reducir o eliminar las incidencias reportadas.

Asimismo, Société Marocaine des Tabacs registra todas las reclamaciones en el sistema CIS, donde cada categoría de producto cuenta con fallos predefinidos estructurados jerárquicamente. Las quejas deben clasificarse correctamente en la categoría de fallo correspondiente; si el fallo no está disponible, la reclamación se registra en la sección "Otros" junto con comentarios adicionales para su análisis y resolución.

Durante el ejercicio 2024, el Grupo ITE ha recibido un total de 1.611 reclamaciones o mensajes procedentes de consumidores, siendo resueltas a cierre de ejercicio el 100% de las mismas. Esta cifra supone un descenso significativo aparente respecto a la reportada para el ejercicio 2023, durante el cual se registraron un total de 2.193 reclamaciones o mensajes procedentes de consumidores.

Extensión de la sostenibilidad a nuestros proveedores



Imperial Brands busca asegurar que la adquisición de productos y servicios se realice de manera responsable, sostenible y conforme a las mejores prácticas. Para ello, trabaja estrechamente con sus proveedores, promoviendo el progreso y la mejora continua en este ámbito. Los proveedores desempeñan un papel fundamental en sus operaciones comerciales, y su compromiso con la calidad, la innovación y las prácticas éticas contribuye tanto al éxito del Grupo como al desarrollo de su estrategia ambiental, social y de gobernanza (ESG).

Este compromiso se articula a través de la Política de Adquisiciones Global de Imperial Brands, la cual exige que todos los empleados involucrados en compras cumplan con el Código de Conducta de Imperial Brands, actualizado en 2024, y que todos los proveedores cumplan con su Código de Conducta para Proveedores, actualizado en 2023. Este Código de Conducta incluye expresamente buenas prácticas comerciales, comportamiento

ético y la legislación que lo rige, seguridad física y de datos, gobernanza corporativa, salud y medio ambiente.

De este modo se establecen los principios relacionados con esta materia, incluyendo valorar la diversidad e inclusión, así como prevenir el acoso, promover un entorno de trabajo seguro y saludable, respetar los derechos humanos, combatir el comercio ilícito, crear asociaciones rentables con proveedores, luchar contra el soborno y la corrupción, evitar el lavado de dinero, respetar el medio ambiente, contribuir a nuestras comunidades y colaborar con gobiernos e instituciones políticas.

Por otro lado, el Código de Conducta para Proveedores establece los estándares de comportamiento que se esperan de todos los proveedores de Imperial Brands, incluidas las empresas, proveedores de servicios y socios comerciales que mantienen una relación directa con la compañía.

Este documento especifica la forma de trabajar con los proveedores para obtener productos y servicios de manera conforme, sostenible y socialmente responsable. El Código abarca tres áreas principales:

- **Integridad Empresarial:** Se espera que los proveedores conduzcan sus negocios de manera ética y responsable y cumplan con todas las leyes y regulaciones aplicables.
- **Derechos Humanos y Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI):** Se espera que los proveedores proporcionen un entorno de trabajo justo y seguro, y que demuestren respeto por los derechos humanos, la diversidad, la equidad y la inclusión.
- **Sostenibilidad Ambiental:** Se espera que los proveedores adopten políticas y prácticas que protejan el planeta y reduzcan los impactos negativos en el medio ambiente.

A través de este Código se trata de que los proveedores cumplan, como mínimo, con los estándares establecidos y que los superen siempre que sea posible o cuando así lo requiera un acuerdo contractual. Asimismo, esperamos que promuevan estos mismos estándares entre sus propios socios comerciales.

Adicionalmente, el Grupo ITE tiene en cuenta la responsabilidad social y ambiental de sus proveedores en todas las etapas de su relación con los mismos, las cuales son comprobadas durante toda la relación con el proveedor a través de evaluaciones de desempeño, revisiones de negocio y auditorías.

En primer lugar, en la fase de selección y registro del proveedor, se exige su adhesión al Código de Conducta para Proveedores. En caso de incumplimiento, no podrán formar parte del grupo de socios de Imperial Tobacco.

Asimismo, se solicita a los principales proveedores que participen en la iniciativa del Carbon Disclosure Programme (CDP) para informar sobre sus emisiones de carbono. De este modo se motiva a la reducción de emisiones y se solicita que obtengan una membresía con Sedex (o equivalente) para la cumplimentación de un cuestionario de

autoevaluación diseñado para identificar posibles riesgos en el comercio ético.

Además, a lo largo de la relación con el proveedor, se llevan a cabo diversas evaluaciones de diferente alcance, que pueden ir desde autoevaluaciones documentales hasta auditorías in situ. Estas evaluaciones varían según la relevancia de cada proveedor y los riesgos asociados a la naturaleza y el origen del suministro. Se analizan aspectos como certificaciones de calidad, medio ambiente, seguridad y salud, inclusión de personas con discapacidad en la plantilla, participación en proyectos de reducción de CO₂, directrices para combatir el comercio ilícito y políticas contra el soborno, entre otros.

Del mismo modo, en la supervisión de los niveles de servicio con los proveedores más relevantes, se considera su grado de compromiso con la agenda ESG, formando parte de su evaluación global. Los proveedores indirectos también están sujetos a revisiones periódicas para evaluar su cumplimiento en materia de responsabilidad social y ambiental. A través de controles específicos y consultas sobre la agenda ESG, se les comunica la estrategia en esta área y se analizan diversos aspectos relacionados con el medio ambiente, la gobernanza y la responsabilidad social. En la última evaluación realizada a proveedores de categorías indirectas, el índice global de cumplimiento fue del 64%, con una calificación del 58% en requisitos de gobernanza, 64% en aspectos ambientales y 72% en criterios sociales.

De forma específica, los proveedores más significativos de Imperial Tobacco España y Altadis como los proveedores de hoja de tabaco, productos de tabaco no manufacturados (NTM) y productos de nueva generación (NGP) están sujetos a un proceso de Auditoría de Calificación.

En particular, los proveedores de hoja de tabaco son evaluados en detalle a través del Programa de Tabaco Sostenible (STP), que impulsa estándares en prácticas agrícolas, gestión ambiental y aspectos clave de derechos humanos y responsabilidad social. Este programa utiliza índices y métodos de la industria para identificar y monitorear riesgos ESG. Nuestros equipos analizan los resultados

obtenidos y se aseguran de desarrollar planes de mejora continua y acciones correctivas para abordar cualquier incumplimiento.

Por su parte, Société Marocaine des Tabacs no tiene la obligación de contar con un proceso de auditoría. Sin embargo, se verifica la documentación proporcionada por los proveedores durante los procesos de licitación para garantizar el cumplimiento de los estándares y requisitos establecidos.

Fruto de todo ello, el Grupo ITE ha llevado a cabo en República Dominicana una auditoría sobre proveedores durante el ejercicio 2024 de conformidad con el nivel estimado de prioridad y criticidad de los proveedores. Esta auditoría incluye secciones que evalúan tanto los criterios sociales como los ambientales. Cabe señalar, que, como resultado de este análisis de priorización y criticidad, el número de autor  as ejecutadas se ha mantenido en la línea del ejercicio anterior, en el cual se llevó a cabo 1 auditoría.

6.4 Transparencia fiscal



En su compromiso por cumplir con la legislación aplicable en materia de impuestos y suministro de productos de tabaco en aquellas jurisdicciones en las cuales desarrolla su actividad, el Grupo ITE adopta en primera instancia la Política Fiscal de Imperial Brands⁸ como propia. Esta política fue revisada y aprobada por el Consejo de

Administración de Imperial Brands PLC en mayo de 2021, y es aplicable a todos los empleados de Imperial Brands PLC y sociedades dependientes, entre las cuales se encuentran aquellas que conforman el Grupo ITE.

(8) [Política Fiscal de Imperial Brands PLC](#)

POLÍTICA FISCAL DE IMPERIAL BRANDS PCL RIESGOS



Define la estrategia fiscal de aplicación a Grupo ITE, en concordancia con la obligación de cumplir con todas las leyes nacionales e internacionales relacionadas con impuestos corporativos y tabaco. Este enfoque incluye la planificación fiscal, donde se destaca la importancia de la gobernanza y la gestión de riesgos fiscales.

Además, se fomenta una interacción constructiva con las autoridades tributarias para colaborar en la lucha contra el comercio ilícito de tabaco y abordar cuestiones vinculadas a la regulación y fiscalidad rigurosas aplicadas al sector.

- Adicionalmente a la Política Fiscal de Imperial Brands PLC que adopta el Grupo, las sociedades que lo conforman pueden contar con directrices propias que complementan las anteriormente descritas, como es en el caso de Société Marocaine des Tabacs, S.A. Esta sociedad cuenta con una estrategia fiscal propia basada en los siguientes principios:
- Cumplir con todas las leyes, normativas y obligaciones regulatorias, tanto nacionales como internacionales, además de políticas y normativas internas.
 - Aportar información veraz, completa, oportuna y clara en los informes que se presentan (a entidades internas y/o externas).
 - Contar con una política de precios de transferencia para transacciones entre entidades relacionadas.
 - Documentar adecuadamente, con una explicación clara de los métodos utilizados para preparar, contabilizar y pagar las declaraciones de impuestos.
 - Colaborar con consultoras fiscales externas para el mantenimiento de la vigilancia fiscal.
- Las sociedades del Grupo ITE también cuentan con mecanismos que aseguran la adecuada gobernanza, control y gestión de riesgos fiscales.
- En España, se dispone del Group Control Matrix, una herramienta de control interno, así como de supervisión trimestral por parte del Comité de Auditoría, que evalúa temas relacionados con impuestos e información fiscal y revisa la adherencia de las sociedades en esta jurisdicción a la estrategia fiscal previamente mencionada. El Grupo Fiscal solicita, de manera semestral (a mitad y a final del año), que cada mercado actualice los riesgos fiscales que, en una inspección tributaria, podrían causar discrepancias. El equipo del grupo "Tax Risk Reporting" se encarga de mantener a todos actualizados.
- De forma individual, la sociedad marroquí, cuenta con un procedimiento interno que define los métodos para la preparación, validación, contabilización y pago de declaraciones fiscales. Además, colabora con una firma externa de consultoría fiscal, que realiza un seguimiento tributario continuo, organiza un seminario anual para revisar las actualizaciones de la Ley de Finanzas y es consultada regularmente sobre diversos temas fiscales.

Adicionalmente implementa la Política de Precios de Transferencia (TP) emitida por el Grupo ITE y comparte, dos veces al año, información sobre riesgos fiscales potenciales con el Cluster de África, basada en auditorías fiscales previas.

En caso de preocupaciones relacionadas con conductas no éticas o ilegales en materia fiscal a través de un canal de comunicación específico, el Grupo cuenta con una Política de Gestión de Riesgo de Fraude a disposición de todas las personas que conforman la compa  a, pudiendo reportar cualquier incidente a reportfraud@uk.impto.com. Periódicamente, se revisan todas las configuraciones y cálculos del sistema fiscal para garantizar el cumplimiento con la normativa local. Finalmente, las interacciones con los grupos de interés también funcionan como un mecanismo para facilitar el cumplimiento de la normativa fiscal vigente, entre los que se destaca la relación entre las entidades del Grupo ITE en España y las autoridades tributarias, incluyendo la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT).

Esta relación posibilita la presentación proactiva de cuestiones cruciales, permitiendo que las autoridades fiscales dirijan sus recursos de manera más eficiente y habilitando la realización de consultas sobre posiciones fiscales inciertas para obtener orientación acerca de buenas prácticas en este ámbito.

Como resultado de lo previamente mencionado y de la actividad empresarial de las entidades que conforman el Grupo ITE durante el ejercicio 2024, se detallan a continuación los indicadores a reportar en materia de información fiscal:

KPIs de Información Fiscal (miles de ��) ⁹	FY22	FY23	FY24
Beneficios Antes de Impuestos	343.479	227.325	252.354
España	215.706	235.433	225.354
Marruecos	98.181	-10.995	-43.607
República Dominicana	29.592	2.886	70.370
Impuestos sobre Beneficios Pagados	208.947	97.346	58.373
España	171.424	65.385	33.366
Marruecos	37.522	31.961	25.007
República Dominicana	1	-	-
Subvenciones Públicas Recibidas	-	-	-

(9) La conversión de los datos reportados por las sociedades del Grupo ITE cuya moneda funcional es distinta al euro se ha llevado a cabo utilizando los siguientes tipos de cambio:
EUR/MAD = 10,72
EUR/DOP = 51,75

ANEXO I

ÍNDICE DE CONTENIDOS LEY INFORMACIÓN NO FINANCIERA 11/2018 Y GRI

Ámbitos	Contenidos	Estándares GRI	Página(s)	Asunto Material (SÍ/NO)	Comentarios
Modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio del Grupo (incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias, y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución).	2-1 2-6 2-7 2-22	4-11	SI	-
Políticas	Una descripción de las políticas que aplica el Grupo, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	3-3	15	SI	El contenido de las políticas detalladas es descrito de forma más extensa a lo largo del EINF.
Resultados de las políticas KPIs	Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.	3-3	-	SI	Los resultados de las políticas detalladas son descritos a lo largo del EINF.
Riesgos a CP, MP y LP	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del Grupo (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.	2-12	16-22	SI	-
Cuestiones medioambientales	Global Medio Ambiente				
	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; los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales; la aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	3-3 2-23 201-2	28-31	SI	-
	Contaminación				
	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente.	3-3	34-35	SI	-
	Contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	3-3	37	NO	No se considera como aspecto material debido a la actividad desempeñada por el Grupo.

Ámbitos	Contenidos	Estándares GRI	Página(s)	Asunto Material (SÍ/NO)	Comentarios
Cuestiones medioambientales	Economía circular y prevención y gestión de residuos				
	Economía circular.	3-3 306-2	38-39	SI	-
	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	3-3 306-1 306-2 306-3	38-39	SI	-
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	3-3	-	NO	No se considera como aspecto material debido a la actividad desempeñada por el Grupo.
	Uso sostenible de los recursos				
	Consumo y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	3-3 303-5	87	SI	-
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	3-3 301-1	32 y 87	SI	-
	Consumo, directo e indirecto, de energía; medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	3-3 302-1 302-3	33-36 y 87	SI	-
	Cambio Climático				
	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa (incluido bienes y servicios que produce).	3-3 305-1 305-2 305-4	33	SI	-
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	3-3 201-2	34-35	SI	-
	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.	3-3 305-5	33	SI	-
	Protección de la biodiversidad				
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	3-3	-	NO	No se considera como aspecto material debido a la actividad desempeñada por el Grupo.
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	3-3	-	NO	No se considera como aspecto material debido a la actividad desempeñada por el Grupo.

Ámbitos	Contenidos	Estándares GRI	Página(s)	Asunto Material (SÍ/NO)	Comentarios
Cuestiones sociales y relativas al personal	Empleo				
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	2-7 405-1	91	SI	-
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	2-7	91	SI	-
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.	2-7 405-1	92	SI	-
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	401-1	93	SI	-
	Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	405-2	93	SI	-
	Brecha salarial y la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	3-3 405-2	94	SI	-
	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).	3-3	94	SI	La remuneración de los consejeros ejecutivos se contabiliza en las tablas de remuneraciones de plantilla.
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	3-3	54	SI	-
	Empleados con discapacidad.	405-1	48	SI	-
	Organización del trabajo				
	Organización del tiempo de trabajo.	3-3	53	SI	-
	Número de horas de absentismo.	403-9	54	SI	-
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	3-3	54	SI	-
	Salud y seguridad				
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	3-3	58-61	SI	-
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, enfermedades profesionales. Desagregado por sexo.	403-9 403-10	95	SI	-
	Relaciones sociales				
	Organización del diálogo social (incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos).	3-3	55-56	SI	-
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	2-30	95	SI	-
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4	57	SI	-
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación.	3-3	55	SI	

Ámbitos	Contenidos	Estándares GRI	Página(s)	Asunto Material (SÍ/NO)	Comentarios
Cuestiones sociales y relativas al personal	Formación				
	Las políticas implementadas en el campo de la formación;	3-3	49-51	SI	-
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1	95	SI	-
	Accesibilidad				
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	3-3	48	SI	-
	Igualdad				
	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	3-3	45-48	SI	-
	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.	3-3	45-48	SI	-
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	3-3	45-48	SI	-
Derechos humanos	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.	3-3 2-23 2-26	64	SI	-
	Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.	406-1	63-64	SI	-
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.	3-3	66	SI	-
	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.	3-3	45-48	SI	-
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.	3-3	45-48	SI	-
	La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio.	3-3	64	SI	-

Ámbitos	Contenidos	Estándares GRI	Página(s)	Asunto Material (SÍ/NO)	Comentarios
Corrupción y el soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	3-3 2-23 2-26 205-2	65-66	SI	-
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	205-2	65-66	SI	-
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	413-1	71	SI	-
Sociedad	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible				
	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	3-3 203-1 203-2 413-1	68-71	SI	-
	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	203-1 203-2 413-1	68-71	SI	-
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	413-1	68-71	SI	-
	Las acciones de asociación o patrocinio.	2-28	71	SI	-
	Subcontratación y proveedores				
	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	2-6 3-3	75-77	SI	-
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental;	3-3	75-77	SI	-
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	3-3	75-77	SI	-
	Consumidores				
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	3-3	72-74	SI	-
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	3-3 416-2	74	SI	-
	Información fiscal				
	Beneficios obtenidos país por país.	3-3	79	SI	-
	Impuestos sobre beneficios pagados.	207-1 207-2	79	SI	-
	Subvenciones públicas recibidas.	3-3	79	SI	-

ANEXO II

TABLAS CON CONTENIDO SOBRE MEDIO AMBIENTE

CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS

Consumo de Materias Primas (t) ¹⁰	FY23	FY24	Variación FY23-24
Tabaco	11.608,78	12.927,21	11,36%

CONSUMO DE ENERGÍA

Consumo Energético (GJ) ¹¹		FY23	FY24	Evolutivo FY23-24
Consumo de Combustibles		49.832,20	46.251,09	-7,19%
Consumo de Electricidad	Fuentes No Renovables	42.067,60	103,35	-99,76%
	Fuentes Renovables	46.074,06	92.147,52	99,99%
TOTAL		137.993,70	138.501,96	-7,89%

Intensidad Energética (GJ/Empleado) ¹²		FY23	FY24	Evolutivo FY23-24
Intensidad Energética		38,04	28,16	-25,97%

CONSUMO DE AGUA

Consumo de Agua por Fuente (m³) ¹³		FY23	FY24	Evolutivo FY23-24
Red de Suministro		121.149	139.225	14,92%
Pozo		7.140	14.631	104,9%
TOTAL		128.289,22	153.886	19,95%

(10) En el ejercicio 2021 se incluyó el consumo de NTMs (*Non-Tobacco Materials*, lo cual incluye materiales como papel, madera, cartón, etc.) como parte del indicador de consumo de materias primas. No obstante, en el presente ejercicio se ha descartado su reporte debido a un ajuste de criterio respecto a qué se considera una materia prima, optando por reportar la más significativa en las operaciones de Grupo ITE, es decir, el tabaco.

(11) Se reporta únicamente el consumo energético dentro de la organización.

(12) Se utiliza el criterio de plantilla a cierre.

(13) En la contabilización de este indicador se ha excluido la información correspondiente a Altadis Canarias, S.A.U., dado que el consumo de agua se produce únicamente en las oficinas de la compañía y no supone una cantidad significativa.

MITIGACIÓN Y ADAPTACIÓN
AL CAMBIO CLIMÁTICO

Emisiones GEI (tCO ₂ eq) ¹⁴	FY23	FY24	Variación FY23-24
Alcance 1 (Combustibles y Gases)	9.640,43	3.410,70	-64,62%
Alcance 2 (Electricidad)	2.419,76	5,94	-99,75%
TOTAL	12.060,18	3.416,65	-71,67%

ECONOMÍA CIRCULAR Y
PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

Intensidad de Emisiones GEI (tCO ₂ eq/Empleado) ¹⁵	FY23	FY24	Variación FY23-24
Alcance 1 (Combustibles y Gases)	3,01	0,81	-73,09%
Alcance 2 (Electricidad)	0,67	0,001	-99,85%
TOTAL	3,68	0,811	-77,96%

Residuos Generados (t)	FY23	FY24	Variación FY23-24
Residuos Peligrosos	17,82	30,899	73,34%
Destinados a eliminación	14,18	21,918	54,57%
No destinados a eliminación	3,64	8,981	146.73%
Residuos No Peligrosos	3.918,11	5.330,19	36,04%
Destinados a eliminación	1.634,56	843,085	-48,42%
No destinados a eliminación	2.283,55	4487,105	96,5%
TOTAL	3.935,93	5.361,089	36,21%

(14) Fuente de los factores de emisión: "Conversion factors 2024: Condensed set" (DEFRA).

(15) Se utiliza el criterio de plantilla a cierre.



ANEXO III

TABLAS CON CONTENIDO SOBRE LA PLANTILLA

DATOS BÁSICOS DE LA PLANTILLA

Nº de Empleados por Sexo, Edad, País y Categoría Prof.	FY23							FY24						
	Hombres			Mujeres			TOTAL	Hombres			Mujeres			TOTAL
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50		<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	
España	14	231	100	13	127	34	519	10	212	137	15	151	37	562
Directivos	-	1	2	-	1	1	5	-	7	2	-	-	2	11
Técnico/Adminis.	13	129	59	13	110	29	353	6	54	16	13	77	17	183
Personal Base	1	101	39	-	16	4	161	4	151	119	2	74	18	368
Marruecos	7	350	130	4	87	8	586	3	332	144	7	89	11	586
Directivos	-	9	3	-	8	3	23	-	9	4	-	9	4	26
Técnico/Adminis.	3	244	104	3	64	5	423	2	226	120	6	65	7	426
Personal Base	4	97	23	1	15	-	140	1	97	20	1	15	-	134
Rep. Dominicana	449	355	78	756	828	57	2.523	419	390	82	783	944	60	2678
Directivos	-	7	2	-	1	-	10	-	9	3	-	3	-	15
Técnico/Adminis.	81	161	43	25	80	10	400	65	132	38	26	86	12	359
Personal Base	368	187	33	731	747	47	2.113	354	249	41	757	855	48	2304
TOTAL	470	936	308	773	1.042	99	3.628	432	934	363	805	1184	108	3826
Nota: En el informe correspondiente al ejercicio 2023, el personal de fuerza de ventas fue categorizado como "Técnico/administrativo". Sin embargo, en el ejercicio 2024, dicho personal ha sido clasificado como "Personal base", conforme a una revisión interna de los criterios de categorización. Esta diferencia responde a un ajuste metodológico y no implica una variación en la composición real de la plantilla.														

NÚMERO TOTAL Y DISTRIBUCIÓN DE MODALIDADES DE CONTRATOS DE TRABAJO

Nº y Distribución de Modalidades de Contrato de Trabajo ¹⁵	FY23	FY24	Variación FY23-24
Indefinido	3.613	3.806	5,34%
Temporal	15	20	33,33%
TOTAL	3.628	3.826	5,46%
Tiempo Completo	3.591	3.785	5,4%
Tiempo Parcial	37	41	10,89%
TOTAL	3.628	3.826	5,46%

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS INDEFINIDOS, TEMPORALES Y A TIEMPO PARCIAL POR SEXO, EDAD Y CATEGORÍA PROFESIONAL

Promedio Anual de Contratos por Sexo	FY23			FY24		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Indefinido	1.684	1.910	3.594	1.698,91	1.969,31	3.668,22
Temporal	11	5	16	6,29	7,42	13,71
TOTAL	1.695	1.915	3.610	1705,2	1.976,73	3.681,93
Tiempo Completo	1.680	1.893	3.573	1.684,2	1.956,73	3.640,93
Tiempo Parcial	15	22	37	21	20	41
TOTAL	1.695	1.915	3.610	1.705,2	1.976,73	3.681,93

Promedio Anual de Contratos por Edad	FY23				FY24			
	<30	30-50	>50	TOTAL	<30	30-50	>50	TOTAL
Indefinido	1.218	1.964	413	3.594	1.117,42	2.070,03	480,76	3.668,21
Temporal	5	8	3	16	5,62	6,09	2	13,71
TOTAL	1.223	1.972	415	3.610	1.123,04	2.076,12	482,76	3.681,92
Tiempo Completo	1.223	1.944	406	3.573	1.123,04	2.046,12	471,76	3.640,92
Tiempo Parcial	-	28	9	37	-	30	11	41
TOTAL	1.223	1.972	415	3.610	1.123,04	2.076,12	482,76	3.681,92

Promedio Anual de Contratos por Categoría Prof	FY23				FY24			
	Directivos	Técnicos/ Adminis	Personal base	TOTAL	Directivos	Técnicos/ Adminis	Personal base	TOTAL
Indefinido	33	1.161	2.399	3.594	47,66	946,86	2.673,69	3.668,21
Temporal	5	10	1	16	4,16	5,54	4,01	13,71
TOTAL	38	1.171	2.400	3.610	51,82	952,4	2.667,7	3.681,92
Tiempo Completo	38	1.142	2.392	3.573	51,82	942,4	2.636,7	3.640,92
Tiempo Parcial	-	29	8	37	-	10	31	41
TOTAL	38	1.171	2.400	3.610	51,82	952,4	2.667,7	3.681,92

NÚMERO DE DESPIDOS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

Nº de Despidos	FY23							FY24						
	Hombres			Mujeres			TOTAL	Hombres			Mujeres			TOTAL
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50		<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	
Directivos	-	1	2	-	1	-	4	-	3	-	-	-	-	3
Técnico/ Administrativo	23	53	28	5	22	3	134	23	30	15	7	19	7	101
Personal base	324	115	15	265	233	9	964	154	81	11	184	141	8	579
TOTAL	45	169	347	12	256	280	1.102	177	114	26	191	160	15	683

REMUNERACIONES MEDIAS Y SU EVOLUCIÓN DESAGREGADAS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

Remuneración Media (€)	FY23 ¹⁶						FY24					
	Hombres			Mujeres			Hombres			Mujeres		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
España	41.814	95.225	92.032	40.634	58.028	146.020	37.409,2	56.727,4	53.739,9	65.142,5	50.074,7	59.592,8
Directivos	-	335.000	515.734	-	89.204	291.600	-	171.322	125.888	-	-	147.842,9
Técnico/ Adminis.	41.814	131.070	107.439	40.634	59.322	155.019	44.417,5	76.455,3	86.869,3	70.423,1	62.816,5	73.919,9
Personal Base	-	46.588	46.996	-	46.468	44.383	26.896,9	44.360,02	48.073,02	30.818,4	36.816,3	36.256,1
Marruecos	12.768	26.673	30.810	18.237	34.933	54.931	32.016,7	26.140,9	33.078,4	13.178	35.432,4	69.249,3
Directivos	-	107.844	119.629	-	108.782	99.951	-	114.714,5	104.314,5	-	104.856,2	112.619,5
Técnico/ Adminis.	12.506	24.860	28.457	17.889	30.257	32.420	38.976,7	24.183,2	30.172,6	12.425,5	30.386,6	47.564,2
Personal Base	12.965	23.050	28.078	19.281	16.742	-	11.136,8	21.849	36.734,7	17.693,4	15.979,8	-
Rep. Dominicana	4.353	10.657	9.906	4.640	5.433	6.791	18.535,3	23.161,9	24.528,1	13.841,3	10.552,3	8.999,1
Directivos	-	131.339	133.632	-	104.363	-	-	208.867,5	137.886,2	-	88.873,5	-
Técnico/ Adminis.	5.617	12.877	11.373	12.859	14.490	19.293	37.635,2	32.781,7	30.956,5	31.739,6	22.146,3	21.792,1
Personal Base	4.070	4.317	4.246	4.359	4.342	4.131	15.489,8	13.459,8	10.685,3	13.250,4	9.139,9	5.800,9
TOTAL	5.492	37.139	44.610	5.315	14.352	58.461	18.937,7	31.044,4	38.415,2	14.612,3	16.670,8	30.805,6

(16) La conversión de los datos reportados por las sociedades del Grupo ITE cuya moneda funcional es distinta al euro se ha llevado a cabo utilizando los siguientes tipos de cambio:

EUR/MAD = 10,72
EUR/DOP = 51,75

Por último, no se contabiliza la remuneración de la plantilla de la línea de negocio Premium de la Compañía Imperial Brands La Romana al no formar parte del Grupo ITE a 30 de septiembre de 2023, fecha de cierre del ejercicio.

Categoría Profesional	Remuneración Media FY23 (€)			Remuneración Media FY24 (€)		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Director	159.057	118.234	144.403	150.190,33	113.533,22	137.526,91
Técnico/Administrativo	42.318	45.230	43.149	34.620,51	39.502,39	36.174,47
Personal Base	13.986	4.980	8.212	22.206,16	12.171,53	15.957,97
TOTAL	29.902	13.009	21.088	28.859,96	16.661,21	22.172,35

Grupo de Edad	Remuneración Media FY23 (€)	Remuneración Media FY24 (€)
>50	47.854	36.611,36
30-50	25.214	23.100,53
<30	5.383	16.247.57
TOTAL	21.088	22.172,35

BRECHA SALARIAL

Brecha Salarial (%) ¹⁷	FY23				FY24			
	España	Marruecos	Rep. Domini-cana	TOTAL	España	Marruecos	Rep. Domini-cana	TOTAL
Directivos	58,20%	4,35%	20,71%	25,67%	9,05%	4,19%	115,05%	32,29%
Técnico/Adminis.	35,81%	-15,66%	-37,73%	-6,88%	16,20%	-14,12%	40,23%	-12,36%
Personal Base	1,44%	29,30%	-4,46%	64,39%	24,98%	52,31%	31,96%	82,44%
TOTAL	19,78%	30,09%	30,64%	56,49%	4,02%	-24,92%	74,61%	73,22%

REMUNERACIÓN MEDIA DE CONSEJEROS

Remuneración Media de consejeros (€) ¹⁸	FY23	FY24
Hombres	202.421,44	126.411
Mujeres	181.940,35	129.712,34
TOTAL	198.640	127.236,34

(17) La brecha salarial representa la desviación de la remuneración media de las mujeres respecto a la de los hombres, y es obtenida mediante la siguiente fórmula: (Remuneración Media Hombres - Remuneración Media Mujeres) / Remuneración Media Hombres.

(18) La remuneración de los consejeros ejecutivos se contabiliza en las tablas de remuneraciones de plantilla, dado que principalmente perciben su remuneración en base a su labor como empleados.

SALUD Y SEGURIDAD

Accidentes, Índices de Accidentabilidad ¹⁹ y Enfermedades Profesionales	FY23			FY24		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Nº de Accidentes con Baja	14	6	20	22	2	24
Nº de Enfermedades Profesional	0	0	0	0	0	0
Índice de Frecuencia	3,48	1,23	2,25	13,89	3,48	11,12
Índice de Gravedad	0,57	0,06	0,29	0,26	0,06	0,21

PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIO COLECTIVO POR PAÍS

% de Empleados Cubiertos por Convenio Colectivo por País	FY21	FY22
España	86,71%	100%
Marruecos	100%	100%
República Dominicana	0%	0%
TOTAL	29,06%	30,60%

HORAS DE FORMACIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL

Horas de Formación por Categoría Profesional	FY23	FY24
Directivos	850	575
Técnico/Administrativo	18.710	37.798
Personal Base	21.238	13.187
TOTAL	40.798	51.560

(19) Se han utilizado las siguientes fórmulas para calcular los índices de accidentabilidad:

Índice de Frecuencia = (Nº de Accidentes con Baja / Nº de Horas Teóricas Trabajadas) x 1.000.000
Índice de Gravedad = (Nº de Días Perdidos por Accidente / Nº de Horas Teóricas Trabajadas) x 1.000



IMPERIAL
BRANDS
ALTADIS