



IMPERIAL
BRANDS
ALTADIS



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

2023

Correspondiente al ejercicio terminado el 30 de septiembre de 2023

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



ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

2. PROGRESANDO COMO GRUPO

3. NUESTRO PLANETA

4. NUESTRO EQUIPO

5. GOBERNANZA

6. NUESTRA CONTRIBUCIÓN SOCIAL

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

- 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. Entorno [23](#)
- 2.7. Principales factores y tendencias [26](#)

- 3.1 Gestión ambiental [28](#)
- 3.2. Consumo eficiente de los recursos [30](#)
- 3.3. Mitigación y adaptación al cambio climático [33](#)
- 3.4. Protección de la Biodiversidad [34](#)

- 4.1 Distribución del equipo [36](#)
- 4.2. Diversidad, igualdad e inclusión [37](#)
- 4.3. Formación y desarrollo [40](#)
- 4.4. Remuneración y beneficios sociales [43](#)
- 4.5. Organización del trabajo y conciliación [44](#)
- 4.6 Relaciones sociales [46](#)
- 4.7. Seguridad, salud y bienestar laboral [49](#)

- 5.1 Comportamiento ético [53](#)
- 5.2. Medidas contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales [54](#)
- 5.3. Respeto de los Derechos Humanos [56](#)

- 6.1 Impacto en la sociedad [60](#)
- 6.2. Protección de los consumidores [63](#)
- 6.3. Extensión de la sostenibilidad a nuestros proveedores [66](#)
- 6.4. Transparencia Fiscal [67](#)

Anexo I: Índice de contenidos Ley Información No Financiera 11/2018 y GRI [70](#)

Anexo II: Tablas con contenido sobre Medio Ambiente [76](#)

Anexo III: Tablas con contenido sobre la plantilla [80](#)

1. INTRODUCCIÓN

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.
- Tabacalera de García, S.A.S¹.

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 2022 al 30 de septiembre de 2023. Asimismo, se incluye la información de los anteriores ejercicios fiscales 2021 y 2022 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.

¹ Tabacalera de García S.A.S. vendió su línea de negocio Premium dedicada a la producción y venta de puros a Allied Cigar La Romana S.A.S., sociedad externa del Grupo (la fecha de transacción data del 2 de agosto de 2022). Consecuentemente, aquella información reportada a cierre de ejercicio (30 de septiembre de 2022) no contiene los datos referidos a dicha línea de negocio.



1.2 ASUNTOS RELEVANTES PARA IMPERIAL BRANDS

El Grupo ITE en 2023 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 hitos del 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
	Prácticas de marketing responsables
	Imagen y reputación corporativa
	Respeto a los Derechos Humanos
	Lucha contra la corrupción, fraude y soborno
	Protección de datos, privacidad y ciberseguridad
	Diversidad, inclusión e igualdad
Media	Información sobre seguridad y calidad de los productos
	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
	Tecnología, conocimiento e innovación
	Medio ambiente, desarrollo sostenible y ahorro energético
	Políticas de conciliación
	Atracción e impulso del talento
	Lucha contra el cambio climático
	Riesgos y gestión del agua
	Biodiversidad y ecosistemas

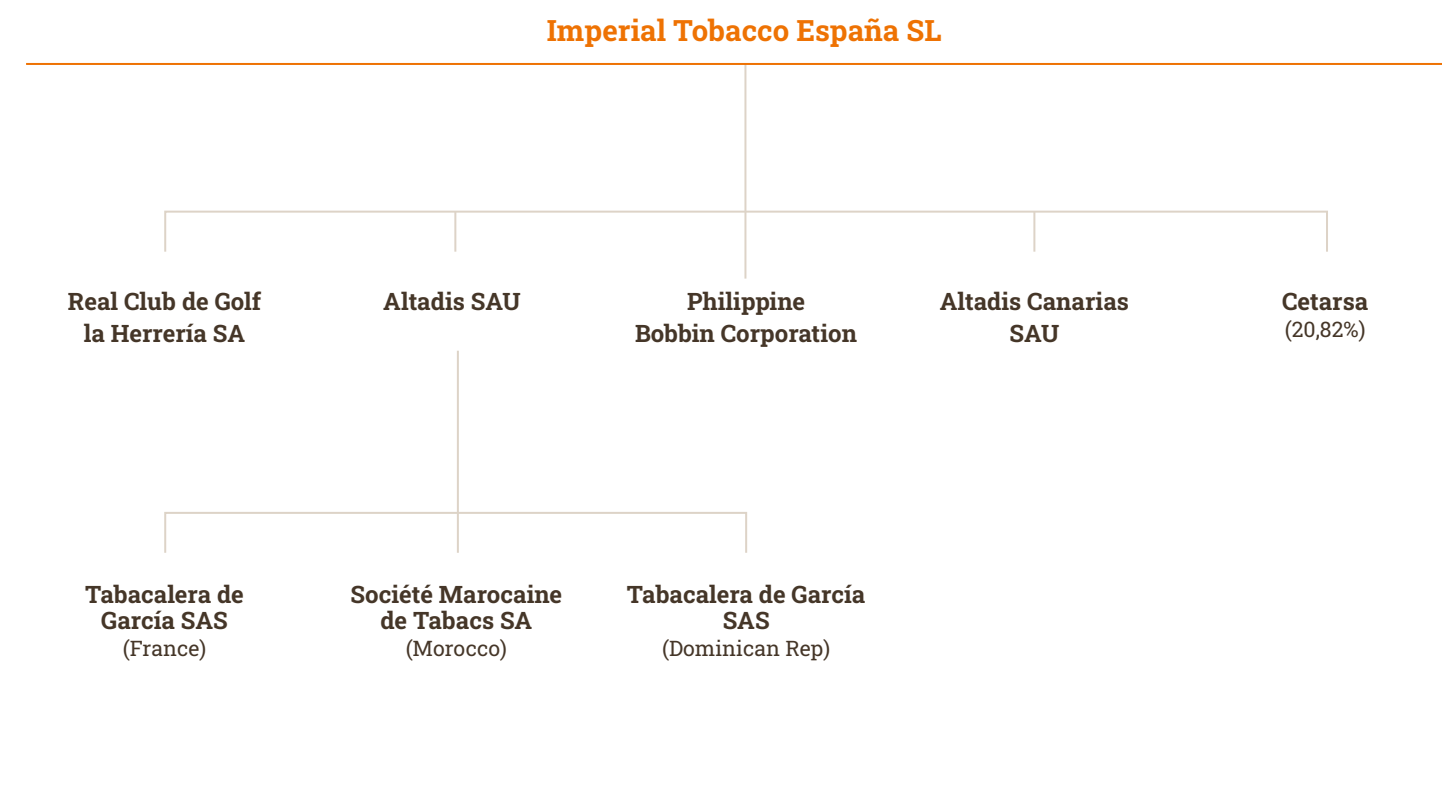
Cabe destacar que no se han considerado como materiales los aspectos relacionados con la contaminación lumínica y la contaminación por ruido y el desperdicio de alimentos dada la actividad del Grupo.



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 2023, 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).





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 impulsará la agilidad y la responsabilidad en la toma de decisiones.

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 Tabacalera de García, S.A.S. 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.



2.3 VISIÓN Y PROPÓSITO

En línea con la estrategia comentada en el apartado anterior, Imperial Brands, cuenta con su propósito y visión para través de los cuales articulan los diferentes aspectos que definen la estrategia del Grupo. Toda la información al respecto se encuentra en la página web² 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, respetan-

do 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.

² 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** para sus trabajadores, apoyándoles en sus aspiraciones de crecimiento profesional y propiciando el desarrollo 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.

A nivel global, Imperial Brands recibió en 2023 una puntuación de 'A' por parte de la organización benéfica ambiental global sin fines de lucro, CDP (*Carbon Disclosure Project*), por sus esfuerzos para contrarrestar el cambio climático. Este logro se ha asegurado por cuarto 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 del 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.





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:	Mitigación:
- 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.	- 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 en relación a los impuestos especiales sobre las labores del tabaco pueden generar una brecha cada vez mayor entre el precio de los productos legítimos y los productos ilegítimos.

Impactos:	Mitigación:
- 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.	- 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:	Mitigación:
- 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.	- 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:	Mitigación:
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.	- 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 PRODUCTOS

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

Impactos:	Mitigación:
• 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.	• 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:	Mitigación:
• 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.	• 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:	Mitigación:
• El modelo operativo falla en sustentar la estrategia. • Menores beneficio y flujo de caja libre para la reinversión en el negocio.	• 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:	Mitigación:
• 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.	• 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.

10)
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.

11)
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.

2.6
EL ENTORNO

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.

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

La industria del tabaco es un motor económico para la comunidad canaria, facturando anualmente más de 350 millones de euros y proporcionando empleo de manera directa a más de 700 familias. La importancia de la industria del tabaco está también reflejada en su peso en el comercio exterior isleño. Las exportaciones de tabaco manufacturado son la quinta partida más importante de la región, alcanzando en 2019 un valor de 161 millones de euros, lo cual supone un 4% 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 se mantiene estable y con perspectivas de futuro.

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 a junio de 2023, según la información recogida en el Informe de Mercado 30/06/2023 del ministerio de Hacienda y Función Pública, sumaron un total de 3.507.951.287€, lo que supone un incremento del 2,67 respecto al acumulado a junio de 2022.

Por su parte, el incremento de la recaudación en el IVA se ha incrementado en un 3,39%, acumulando un total de 852.291.036€.

COMERCIO ILÍCITO

El comercio ilícito de cigarrillos en España en el segundo semestre de 2023 registró un ligero aumento hasta alcanzar una prevalencia del 5,6%, que supone un incremento de 9 puntos respecto al 4,7% registrado en el primer semestre del mismo año. Sin embargo, respecto al mismo periodo de 2022, se muestra una tendencia descendente, pasando de una prevalencia sobre el total del volumen de consumo del 5,8% al 5,6%. 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 19,2% del consumo total de cigarrillos en la región en el segundo semestre de 2023.

CULTIVO DE HOJA DE TABACO

En 2019, España tenía una producción contratada de más de 29.600 toneladas de hoja de tabaco. Extremadura concentra en torno al 98% de la producción y de la superficie total cultivada en España, siendo la mayor región productora de toda Europa. Supone el 2,4% de su producción agraria y el 5% de su producción vegetal. España se consolida así, como el tercer productor europeo de hoja de tabaco, con una cuota del 15% del total³.

³ Fuente: Informe para la Mesa del Tabaco 2020 (KPMG).

EVOLUCIÓN DEL MERCADO

Tras la recuperación de las ventas en 2022 a niveles cercanos a las cifras prepandemia, en 2023 se ha mantenido esa tendencia de crecimiento incrementándose las cifras de venta un 3,12%. Este crecimiento ha sido liderado por las islas baleares las cuales se han aumentado un 9,68% y por Cataluña, que ha sido la comunidad autónoma con mayor volumen de ventas totales alcanzando los 2.033.612.945€. 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.





2.7 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:

- Incremento en el consumo de productos libres de humo y de los productos sustitutivos terapéuticos del tabaco.

- Restricciones asociadas al consumo de tabaco influyendo en la publicidad, patrocinio, advertencias sanitarias, así como el establecimiento de impuestos especiales a los productos.

- Preferencias en los hábitos del consumidor, incrementando la competitividad en aspectos como el envasado y el reconocimiento y percepción de la marca.

- El aumento de la inflación en el mercado y su impacto en la fijación de los precios por parte de la compañía.

- El aumento del coste de la energía eléctrica y del agua en su impacto directo sobre el cultivo del tabaco como materia prima.

3. NUESTRO PLANETA



3.1 GESTIÓN AMBIENTAL

El Grupo ITE centra su desempeño ambiental alrededor de la Política Ambiental de Imperial Brands, la cual ha adoptado como propia, y en la que se desglosan los principales impactos actuales y previsibles de la compañía en tres áreas: Clima y energía, residuos y agua.

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 ampliando así su compromiso con la reducción de los riesgos.

PRINCIPALES COMPROMISOS DE LA POLÍTICA AMBIENTAL

- Operar en cumplimiento de todos los requerimientos legales de aplicación en materia ambiental y, en aquellos mercados donde la legislación es menos estricta, aplicar estándares rigurosos propios.
- Evaluar, monitorizar y gestionar riesgos ambientales y relacionados con el clima.
- Implementar y mantener sistemas de gestión ambiental basados en principios de mejora continua.
- Monitorizar el desempeño ambiental mediante el establecimiento de métricas y metas que promuevan la mejora del mismo.
- Proporcionar recursos adecuados y mejorar capacidades donde sea necesario.
- Adquirir bienes y servicios de origen responsable.
- Aplicar el concepto de economía circular en la innovación y desarrollo de productos y envases para reducir la generación de residuos y alargar el ciclo de vida de los recursos.
- Interactuar con grupos de interés a través de la cadena de valor para abordar cuestiones medioambientales, con el fin de elevar los estándares de la cadena de suministro y reducir su huella medioambiental.
- Garantizar la transparencia en el reporte de la información ambiental, tanto interna como externamente además de asegurar que las aseveraciones realizadas puedan ser corroboradas.

Adicionalmente, las instalaciones del Grupo ITE cuentan con otras políticas y sistemas de gestión que establecen con más detalle las directrices a seguir para cumplir con los compromisos previamente definidos.

De forma individual Tabacalera de García, S.A.S. cuenta de forma específica con una *OHSE*⁴ *Policy* local, mientras que la fábrica de Cantabria de Altadis, S.A.U. se adhiere a su propia Política de Seguridad y Salud, Medioambiente, Gestión de la Energía y Seguridad del Producto. Esta última se centra en los siguientes objetivos para mejorar el desempeño ambiental de la instalación:

- La prevención de la contaminación y la minimización de los impactos ambientales negativos.
- El uso eficiente de la energía, así como el compromiso de mejora continua del desempeño energético.

El Grupo ITE integra el principio de precaución en sus políticas y procedimientos mediante la dedicación de recursos ante los riesgos ambientales. En este sentido, el Grupo ha contado con 11 empleados (9 en 2022) que han dedicado un total de 2.690 horas laborales (11.380 en 2022) a la prevención de riesgos ambientales durante el ejercicio 2023. Asimismo, cabe destacar que los sistemas de gestión ambiental de Société Marocaine des Tabacs, S.A. y de la Fábrica de Cantabria de Altadis, S.A.U., están certificados bajo la norma ISO 14001 y que, junto al procedimiento HIRA⁵, 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.

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 7.000.000 euros para cubrir daños en materia de daños al medio ambiente, al igual que lo establecido en 2022. Asimismo, para las actividades desarrolladas en República Dominicana y como ya se venía haciendo desde el ejercicio anterior, durante el año 2023, la sociedad Tabacalera de García, S.A.S. dispone de un seguro de responsabilidad ambiental cuyo límite máximo de indemnización asciende 13.392,11 euros para cubrir daños en materia medioambiental. Finalmente, cabe mencionar que no se han recibido multas de índole ambiental en los ejercicios 2021, 2022 y 2023.

⁴ Occupational Health & Safety, Environment.

⁵ Hazard Identification Risk Assessment.





3.2 CONSUMO EFICIENTE DE LOS RECURSOS

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. 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.

La actividad productiva de Imperial Brands se vio afectada por la separación y venta de las Operaciones Premium Cigarros durante el ejercicio de reporte, suponiendo una reducción en el consumo del recurso respecto a los ejercicios anteriores, tal como se puede apreciar en las tablas incluidas en el anexo.

Por su parte, las sociedades del Grupo ITE en Marruecos y República Dominicana han logrado establecer procesos que permiten recuperar parte del tabaco descartado en primera instancia mediante su limpieza y descontaminación para reincorporarlo en el proceso productivo.

CONSUMO DE ENERGÍA

En 2023, el 33,39% del consumo energético del grupo ITE (52,75% en 2022) y el 52,27% de la electricidad consumida (78,12% en 2022) 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.

Actualmente, se encuentra bajo estudio la posibilidad de implementar un suministro de energía solar fotovoltaica generada por paneles propios en las instalaciones del Grupo, así como un suministro de energía biomásica producida a partir de los residuos generados por el mismo.

La gestión energética del Grupo se basa principalmente en dos procesos, el impulso y la contratación de energías renovables y la reducción del consumo de sus instalaciones mejorando su desempeño en materia de eficiencia energética.

Durante el ejercicio de 2023 se han llevado a cabo medidas para la reducción del consumo energético tales como: la instalación de luminaria LED, la

implantación de reguladores automáticos de circuitos en instalaciones de alto consumo, el remplazo de compresores y equipos de secado de mayor eficiencia energética o los ajustes realizados a los equipos de climatización tales como la instalación de temporizadores de apagado programable, así como ajustes de presión en los circuitos de aire.

El consumo energético total ha disminuido durante el año 2023 un 17,64% respecto al ejercicio anterior, habiendo alcanzado un consumo total de 137.973,86 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

La mayor parte del consumo de agua del Grupo ITE es captada de la red de suministro, mientras que la segunda fuente de captación corresponde con agua proveniente de pozos, la cual emplea la entidad legal Société Marocaine des Tabacs, S.A. para el riego de los espacios verdes de sus instalaciones.

Como parte de la gestión responsable de este recurso, el Grupo realiza controles periódicos para medir y controlar el consumo de agua en sus instalaciones Pudiendo así aplicar de forma más eficaz las mejores técnicas disponibles como la instalación de grifería temporizada en los aseos de los edificios de oficinas para minimizar este consumo.

El consumo de agua en el ejercicio actual ha seguido una tendencia similar a la del año 2022, tanto en la procedente de la red de suministro, como en la procedente de pozos. Estos datos se pueden encontrar en el Anexo II.

CONTAMINACIÓN ACÚSTICA Y LUMÍNICA

Los impactos derivados del ruido emitido desde los centros de producción del Grupo ITE hacia el exterior se consideran no materiales, debido a que estos se encuentran localizados en polígonos industriales, zonas consideradas despobladas, y por tanto no afectan a zonas residenciales o entornos naturales. Igualmente, los impactos ambientales asociados al ruido y a la contaminación lumínica producidos en las instalaciones del Grupo ITE son continuamente medidos y debidamente gestionados.

ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

Los principales residuos generados actualmente por el Grupo ITE vienen derivados del consumo de materias primas y de otros componentes utilizados en el proceso productivo. En su mayor parte consisten en residuos orgánicos de tabaco, envases, papel, cartón, plástico, pallets de madera, metales, disolventes, baterías, contenedores contaminados, aerosoles y aceites usados, entre otros. Todos estos residuos son retirados por un gestor autorizado, el cual se encarga de su correcto tratamiento y eliminación.

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 o la reutilización de residuos de tabaco con fines comerciales o de compostaje.

El Grupo ITE ha reportado la cantidad de residuos generados durante el ejercicio 2023 así como su evolución a lo largo de los ejercicios anteriores, donde se ha podido detectar un descenso interanual del 55,49% sobre el total de residuos generados respecto al ejercicio anterior. La generación total de residuos gestionados por el grupo en 2023 han sido 3.935,93 t, tal como se puede observar en las tablas de generación de residuos incluidas en el Anexo II.

Como parte de la información recogida en estas tablas se incluyen 10 toneladas referentes a la eliminación de residuos peligrosos bajo un nuevo contrato con el proveedor de servicios de la entidad Société Marocaine des Tabacs, S.A. incluidas bajo el aspecto de Cero residuos para la eliminación de material obsoleto. Asimismo, los residuos generados a causa del desperdicio de alimentos no se consideran materiales debido a su reducida magnitud y a la naturaleza de la actividad empresarial del Grupo ITE.



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 del objetivo común de Imperial Brands, el cual también ha adquirido, consistente en la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero de Alcance 1 y Alcance 2 más de un 50% para el año 2025, tomando los niveles de 2017 como base.

Para cumplir con este objetivo, así como para adaptarse a las consecuencias del cambio climático, el Grupo ITE 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.

Además, 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.

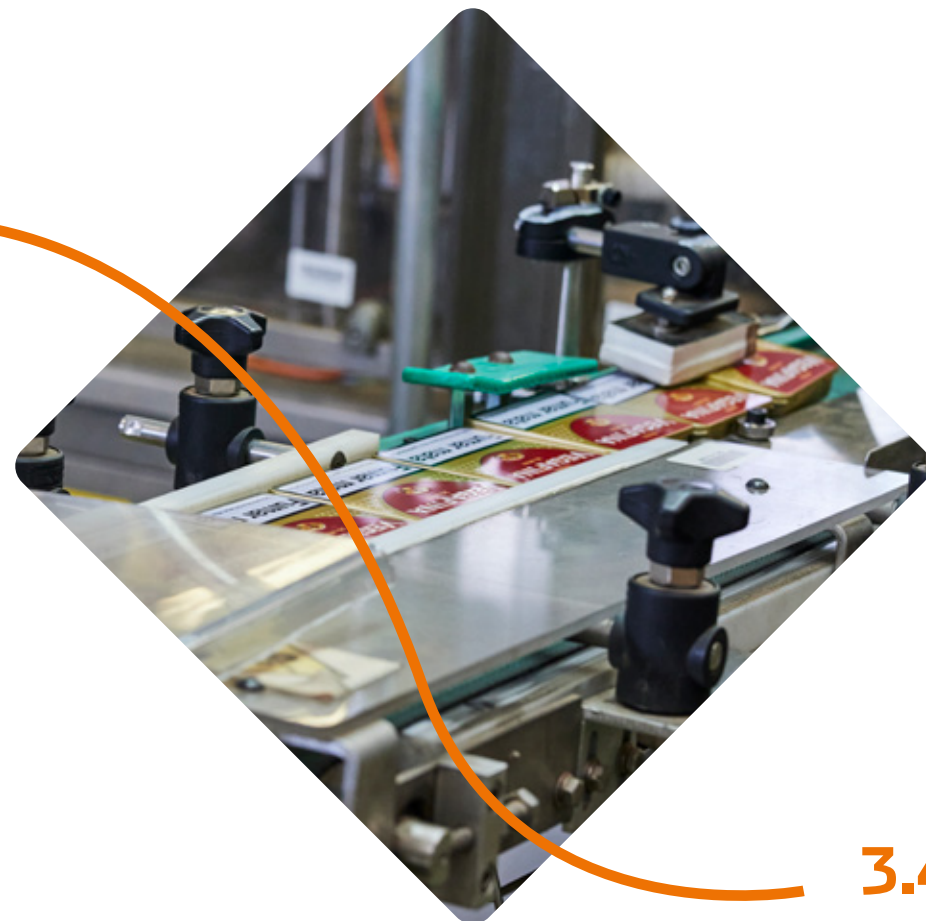
Asimismo, a inicios del ejercicio 2022 y con motivo de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático ("COP26"), Imperial Brands anunció su participación en la campaña "Business Ambition for 1.5   C" desarrollada por la asociación SBTi (*Science Based Targets initiative*), lo cual también es adoptado por el Grupo ITE.

Actualmente, 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. Si bien se prevé un aumento del volumen de la producción en los próximos meses, no hay expectativa de una gran variación en materia de emisiones debido a las mejoras en el campo de la eficiencia energética, que permiten aumentar la producción reduciendo el consumo energético.

La evolución de las emisiones de Alcance 1 y 2 durante 2023 y su comparación con los ejercicios anteriores refleja un reseñable descenso interanual observado en las emisiones de GEI se debe a que el dato correspondiente al ejercicio 2021 incluía en el alcance a Grupo





3.4 PROTECCIÓN DE BIODIVER- SIDAD

Logista, el cual dejó de formar parte del perímetro de consolidación del Grupo ITE el 19 de julio de 2021. En este sentido, si se excluyera la información de Grupo Logista del dato de 2021, las emisiones GEI ascenderían a un total de 9.167,66 tCO₂eq, por lo que las emisiones GEI de las sociedades incluidas en el perímetro de consolidación en ambos ejercicios han descendido un 46,16%. A su vez, esto se debe en gran parte al consumo de electricidad procedente de fuentes plenamente renovables a partir de enero de 2022 en Tabacalera de García, S.A.S. y en menor medida a la reducción en el consumo de combustibles en el resto de las sociedades o en el avance de las iniciativas de eficiencia energética.

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 2022 y 2023, no se han detectado fugas significativas de gases refrigerantes, mientras que en el ejercicio 2021 se contabilizaron 1.167,68 tCO₂eq, procedentes en su totalidad de Compañía de Distribución Integral Logista, S.A.U. cuando formaba parte de Grupo ITE.

Por último, el Grupo ITE no cuenta con medidas específicas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático salvo los planes de continuidad de negocio de las sociedades que lo componen.

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.

4. NUESTRO EQUIPO



4.1. DISTRIBUCIÓN DEL 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. En reconocimiento a estas prácticas laborales, Imperial Brands fue nombrado en 2023, Top Employer en Europa y de Altadis S.A.U. en España por parte de Top Employers Institute.

El recurso más valioso del Grupo ITE es su equipo humano. Es por ello, que 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. En este sentido, el Grupo ITE 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.

La plantilla del Grupo ITE se distribuye en España, Marruecos y República Dominicana, lo cual ha sido tenido en cuenta para el análisis de la evolución de

los datos relativos a la plantilla del Grupo ITE. Entre los datos a destacar durante el ejercicio de 2023, despunta la disminución del número de empleados a cierre del ejercicio 2023 del Grupo ITE, descendiendo hasta los 3.628 empleados, de los cuales el 52,76% son mujeres y el 54,52% se encuentran entre los 30 y 50 años (siendo esta la franja más amplia). Esta disminución en el número total de empleados se relaciona directamente con el descenso de la actividad productiva presente en la sociedad legal de República Dominicana.

Asimismo, a modo de referencia, se aporta una tabla mostrando 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

La significativa reducción en el número de empleados a cierre se debe principalmente a la venta de la línea de negocio Premium de Tabacalera de García, S.A.S. el 2 de agosto de 2022.El Grupo ITE apuesta por la contratación estable de calidad, constando el 98,98% de los empleados a cierre del ejercicio 2023 contratados de manera indefinida y a jornada completa.

De forma generalizada, se observa un descenso interanual en los promedios de contratos del 47,64%, respecto a los datos correspondientes al ejercicio 2022.

En relación con esta tendencia, se observa un aumento significativo en la cifra de despidos respecto al ejercicio anterior debido a la separación y venta de las Operaciones Premium Cigarros. Estos datos se recogen en las tablas del Anexo III.

4.2. DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN

El Grupo ITE apuesta por la inclusión de toda su plantilla y trabaja para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres. Es por ello, que adopta el Código de Conducta de Imperial Brands PLC y establece como objetivo alcanzar condiciones laborales justas, seguras y que den cumplimiento a la normativa legal vigente para todos los trabajadores que formen parte del Grupo, así como de los terceros con los que mantengan relaciones comerciales.

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.

En 2023, el Grupo ITE ha seguido trabajando en el ámbito del aseguramiento de condiciones de igualdad salarial dentro de la organización. En España, el Grupo ITE cuenta con un sistema de ingresos y promoción reglado que vela por la igualdad de oportunidades entre todos los candidatos, prevaleciendo en todo la candidatura más ajustada a los requerimientos del puesto de trabajo.

Para lograr tales fines, la compañía colabora con comités de empresa y sindicatos, dentro de las atribuciones legales conferidas en tales materias. Es así, que cuenta con un convenio colectivo propio (publicado el 20 de agosto de 2019), donde se ordenan con transparencia todos y cada uno de los elementos sobre los que se asienta la relación laboral. En referencia al principio de igualdad,





en su preámbulo el Convenio Colectivo de las sociedades del Grupo ITE en España informa de este principio como rector de los compromisos asumidos por las partes. También se hace referencia en este documento al Plan de Igualdad aplicable a las sociedades españolas del Grupo ITE, el cual responde a la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, y cuya vigencia estaba pactada hasta el 31 de diciembre de 2020.

Actualmente, la compañía 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.

Entre las medidas pactadas dentro del mencionado Plan de Igualdad, también destaca la Comisión de Igualdad, que está compuesta por una representación de los trabajadores y una representación de la empresa. Estas mantienen reuniones periódicas con el fin de comprobar el cumplimiento de los compromisos a través de la presentación de datos. En estas reuniones también se tratan propuestas y sugerencias con la finalidad de avanzar y consolidar en lo que se refiere a las condiciones de igualdad de

trato y de oportunidades, la no discriminación y la conciliación. Finalmente, el Plan de Igualdad se facilita a los responsables de selección de personal, pertenezcan o no a las sociedades del Grupo ITE en España, con el fin de sensibilizar en materia de igualdad y de que los procesos se desarrollen en base a lo establecido.

En caso de discriminación y/o acoso sexual o moral de los trabajadores, el Grupo ITE se ampara en el Código de Conducta de Imperial Brands PLC y en el Convenio Colectivo de las sociedades del Grupo ITE en España. Esta normativa regula las actuaciones precisas para la erradicación de estos incidentes, incluyendo la posibilidad de abrir expediente disciplinario en los supuestos suficientemente fundamentados, y para detectar los posibles casos de discriminación o acoso que pudieran producirse dentro del Grupo.

Con la finalidad de perseguir este tipo de conductas que atentan contra la dignidad, igualdad y libertad moral de los trabajadores, se estableció el Protocolo para la Prevención del Acoso Moral, Sexual y por Razón de Sexo y se hizo público el sistema de denuncias interno denominado “whistleblowing”.

Adicionalmente, Tabacalera de García, S.A.S. cuenta con una política de denuncias de irregularidades, en donde se describe cómo la sociedad gestiona las consultas, sugerencias y denuncias recibidas entre las que se encuentran los casos de intimidación.

ACCESIBILIDAD UNIVERSAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

En 2023, el Grupo ITE contó con 8 empleados con discapacidad en su plantilla, reduciendo su presencia en relación al cierre del ejercicio anterior (25 personas en el ejercicio 2022), 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 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.



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 globales

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
- **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.

necesarias para favorecer el desarrollo profesional de los empleados a su cargo.





En España se ha definido la Política de Formación y Aprendizaje, así como la Política de Idiomas, con el objetivo de regular todas las acciones formativas derivadas de los mencionados proyectos y herramientas estratégicas. La Política de Formación tiene por objetivo contribuir a implantar la evolución de la formación y el aprendizaje en todas las sociedades del Grupo ITE 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 tiene como objetivo regular los requisitos necesarios para acceder al programa de idiomas de las sociedades del Grupo ITE en España, los cuales son adicionalmente verificados por el área de Recursos Humanos.

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.

Por último, la oferta formativa actual del Grupo ITE promueve el uso de herramientas a las que se puede acceder en cualquier momento y lugar, tales como iLearn.

A través de este portal on-line, se ponen a disposición de los empleados cursos, seminarios, webinars y academias en función de las diferentes áreas de especialización, así como formación en materia de gestión del desempeño, liderazgo e información actualizada del negocio y la estrategia que Imperial Brands PLC desarrolla globalmente. Cabe mencionar que algunos de los programas formativos del Grupo

ITE son sometidos a evaluaciones a través de encuestas posteriores para examinar aspectos referentes a su calidad, duración, objetivo y metodología. Estos indicadores son analizados por Recursos Humanos para garantizar la calidad y eficiencia de las acciones formativas y de los proveedores con los que se trabaja.

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 reducida respecto a los datos del ejercicio 2022, tal como se puede apreciar en las tablas del Anexo III. Se ha reducido la formación a los empleados técnico/administrativos de Tabacalera de García, S.A.S. debido al proceso de separación de las plantas con motivo de la venta de la línea de negocio Premium Cigarros, y el personal base de esta compañía recibió más capacitación para entender su rol en el Cambio, Inteligencia Emocional, Manejo Efectivo del Tiempo, etc.

4.4, REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS SOCIALES

REMUNERACIONES MEDIAS Y SU EVOLUCIÓN

DESAGREGADAS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL DE MATERIAS PRIMAS

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 debido a 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.

Las remuneraciones medias registradas en 2023 han ascendido de forma general para todas las cate-

gorías profesionales, acumulando en crecimiento medio del 37,21%.

Asimismo, se puede apreciar el crecimiento en la media de las remuneraciones de consejeros no ejecutivos.

BRECHA SALARIAL

A la hora de cuantificar la brecha salarial del Grupo ITE, se debe tener en cuenta que la sociedad de Tabacalera de García, S.A.S., 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.



4.5. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO Y CONCILIACIÓN

ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO EL CAMPO DE LA FORMACIÓN

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 el siguiente:

- **Plantilla de Oficinas:** cuentan durante todas las semanas del año con una jornada partida de lunes a jueves y una jornada continua los viernes.
- **Plantilla de Centros de Producción:** cuentan con un régimen a turnos de mañana o de tarde, el cual es rotativo con frecuencia semanal.
- **Plantilla de Ventas:** cuentan durante todas las semanas del año con una jornada partida de lunes a viernes.
- **Plantilla de Oficinas:** cuentan durante todas las semanas del año con una jornada partida de lunes a jueves y una jornada continua los viernes.
- **Plantilla de CallCenter:** cuentan durante todas las semanas del año con una jornada partida 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.
- **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.

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:

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).
- **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.



ABSENTISMO CONCILIACIÓN Y DESCONEXIÓN LABORAL

El número total de horas de absentismo⁶ durante el ejercicio 2023 ha sido de 4.976 horas, lo cual supone una reducción significativa respecto a las 122.614,91 horas reportadas para el ejercicio 2022.

El Grupo ITE lleva años velando por la conciliación y la desconexión laboral de sus empleados. Es por ello, que el Grupo tiene por objetivo que los empleados no superen el horario de trabajo asignado y que en ningún caso se les solicite realizar tareas laborales fuera de su jornada. En este sentido, se trabaja para garantizar que las cargas de trabajo estén ajustadas a las horas de trabajo, y se han puesto en marcha diversas medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación tales como un horario de entrada y

salida flexible, la jornada reducida (o su acumulación en días completos), el teletrabajo durante un día a la semana (pudiendo ampliarse a dos días para el personal con reducción de jornada) y la elección de turno fijo para el personal con este sistema de trabajo, entre otras.

En 2022 se comenzó a valorar la incorporación de una política de desconexión dentro de la negociación del nuevo convenio colectivo aplicable a las sociedades del Grupo en España.

⁶ 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.

4.6. RELACIONES SOCIALES

ORGANIZACIÓN DEL DIÁLOGO SOCIAL

Los derechos sindicales y de representación colectiva dentro del Grupo ITE poseen una importancia decisiva al constituir los puntales de una arquitectura social donde las fórmulas de diálogo y participación se presentan como las expresiones más reconocibles a la hora de alcanzar acuerdos sobre la relación de trabajo.

En España, el diálogo social se articula a través del Comité de Empresa y la Comisión Sindical. Ambos órganos desempeñan las funciones de mayor relevancia en el ámbito de la negociación colectiva, y se reparten las competencias y el perímetro de acción en los procesos de negociación y consulta dentro de la empresa.

En el caso del Comité de Empresa, sus facultades de participación se reconocen en el Convenio Colectivo de las sociedades del Grupo ITE en España, donde se le otorgan las atribuciones para designar de entre sus miembros a los componentes de las comisiones locales constituidas en materia de Seguridad y Salud Laboral, Formación, Absentismo y Evaluación. Sus miembros se designan mediante el sufragio activo de los trabajadores, con arreglo al sistema de promoción de elecciones y mandato electoral fijado legalmente (art. 67 ET).

Por otra parte, la Comisión Sindical se constituye como órgano máximo de participación y representación sindical de los trabajadores. Este organismo está legitimado para negociar convenios colectivos, reglamentos y cualquier otro tipo

de pactos que afecten a los intereses generales de los trabajadores representados, sin perjuicio de las competencias que en sus respectivos ámbitos puedan tener los Comités de Empresa de los centros de trabajo.

El Convenio Colectivo de las sociedades del Grupo ITE en España también proporciona el marco adecuado para que sujetos colectivos, escogidos democráticamente por los trabajadores o como expresión del derecho fundamental a la libertad sindical, jueguen un papel destacado en la negociación de las condiciones de trabajo de la plantilla. La existencia de estructuras y espacios de acción sindical dentro del Grupo ITE entraña un reconocimiento y respeto de los derechos de actividad que poseen los sindicatos, cuya expresión más nítida se encuentra en el derecho de los trabajadores a constituir secciones sindicales, celebrar reuniones, recaudar cuotas o distribuir y recibir información sindical fuera de las horas de trabajo y sin perturbar la actividad normal del Grupo.

La estructura de acción sindical más relevante dentro del Grupo ITE son las secciones sindicales de los

sindicatos que, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 6.2 y 7.1 de la Ley Orgánica de Libertad Sindical, tienen la consideración de más representativos a nivel estatal o de Comunidad Autónoma. También cabe destacar las secciones de aquellos sindicatos que hayan obtenido representación en el Comité de Empresa en las elecciones celebradas a tal efecto, y las de los sindicatos de ámbito nacional que, aun no obteniendo representación en dicho Comité, hubieran obtenido un 10 por ciento de representatividad a nivel de empresa, o un 20 por ciento en su circunscripción, si son de ámbito provincial o autonómico. El Grupo ITE pone a disposición de estas secciones sindicales recursos técnicos y físicos para facilitar la difusión de aquellos avisos que puedan interesar a los afiliados al sindicato y a los trabajadores en general, así como un local dotado de mobiliario y equipado tecnológicamente.

El Código de Trabajo de Marruecos también aporta un marco legal e institucional que facilita la negociación colectiva entre trabajadores y empresa. En cumplimiento de la normativa,

Société Marocaine des Tabacs, S.A. gestiona diariamente las relaciones sociales con los órganos de representación de los empleados y establece contactos permanentes con el sindicato más representativo para anticipar cualquier situación conflictiva. Además, se llevan a cabo negociaciones con estos organismos cada tres años, pudiendo destacar la puesta en marcha de un convenio colectivo de cara al futuro con el fin de modernizar la gestión de las relaciones laborales e identificar mejor las diferentes expectativas e influencias.

En República Dominicana, no se dispone 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 29.06% 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, Société Marocaine des Tabacs, S.A. 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 reafirma su compromiso con la salud, la seguridad y el bienestar de sus empleados, visitantes, proveedores y de todos aquellos que puedan verse afectados por sus operaciones en el entorno laboral.

Como muestra de este compromiso la compañía sigue avanzando en la consolidación de una cultura laboral basada en la prevención, en la que los empleados tengan un papel activo, implicándose e integrándose en la detección efectiva de posibles riesgos o impactos en su entorno y actividad laboral. Para ello, se promueve que los trabajadores acepten parte de responsabilidad en la creación y supervisión de entornos seguros, asignándoles funciones y responsabilidades en función del puesto de trabajo.

Promoviendo el papel activo de los empleados, se imparte formación obligatoria en materia de salud y seguridad laboral para todos los trabajadores, así como de información sobre riesgos del puesto y las actuaciones a seguir en casos de emergencia. De forma complementaria a la formación y a la consolidación de esta cultura laboral, dentro del Código de Conducta se incluyen unas directrices relativas a la seguridad y salud.

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, Tabacalera de García, S.A.S. realiza una gran cantidad de evaluaciones de riesgos que resultan en la elaboración de indicadores que ayudan a madurar el sistema de gestión de la seguridad laboral. Este sistema, incluye un programa activo de registro de incidentes evitados para identificar peligros antes de que se materialicen en accidentes.

En Marruecos, el desempeño en materia de salud y seguridad laboral se basa en las políticas de Imperial Brands PLC y su OHSE Framework, aportando orientación y determinados estándares relacionados con diferentes áreas del cuidado y de la seguridad laboral. Entre los programas incluidos se encuentran la conducción segura, los trabajos en altura y manuales, los resbalones, tropiezos y caídas, así como la protección personal.

Las entidades situadas en Marruecos y en España, cuentan con un Comité de Seguridad y Salud, el cual celebra reuniones bimestrales en el que se comparten indicadores de accidentalidad,

accidentes relevantes, lecciones aprendidas y píldoras de seguridad, fortaleciendo así la implicación en riesgos que puedan afectar la salud y la seguridad de los trabajadores.

Adicionalmente en España, se cuenta con un servicio de Prevención Propio Mancomunado con especialistas en Seguridad, Higiene, Ergonomía y psicología, teniendo externalizado la especialidad de Medicina de Trabajo.

Por su parte la fábrica de Cantabria obtuvo la certificación ISO 45001 de Gestión de la Seguridad y Salud Laboral en 2023, mientras que el resto de los centros de trabajo son sometidos a auditorías reglamentarias externas, siendo estas superadas desde hace más de 15 años. Estas certificaciones y auditorías permiten demostrar el fuerte compromiso del Grupo con las buenas prácticas en este campo y la prioridad de integrar la prevención en todas las áreas y actividades de los trabajadores tanto internos como externos, que realizan su actividad en las instalaciones del Grupo ITE en España.

Las sociedades del Grupo ITE en España, en particular, cuentan con medidas adicionales a las estrictamente requeridas por la legislación en materia de salud y la seguridad de los empleados. Por ejemplo, se cuenta con un servicio de prevención propio con especialistas en seguridad, higiene, ergonomía y psicología, así como con un programa de bienestar denominado “Sabemos Cuidarnos” que está basado en pilares como la nutrición, la hidratación o la actividad física, entre otros. En los edificios de oficinas, se cuida la ergonomía con sillas adecuadas, pantallas regulables, teclados y ratones ergonómicos, y se disfruta de luz natural y ventilación exterior con espacios de silencio y zonas de descanso que generan mayor confort en los empleados.

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 ambientes y financieros.
- Se ha realizado un Webinar mensual para la divulgación de aspectos relacionados con el bienestar, abordando temas

como la ansiedad, el síndrome postvacacional, la desconexión en vacaciones y los apegos emocionales entre otros.

- Se incentiva al cumplimiento del reto mensual de pasos entre los trabajadores con el objetivo de minimizar el impacto del sedentarismo en la plantilla.
- 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, 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 los últimos dos ejercicios muestra un pronunciado descenso observado en los indicadores de accidentabilidad se debe en parte a la separación y venta de las operaciones Premium Cigarros.

⁷ Bocas de Incendio Equipadas.

5. GOBERNANZA

5.1. COMPORTAMIENTO ÉTICO

Para el Grupo ITE el respeto por los Derechos Humanos es fundamental y extensible a toda su cadena de valor, como muestra de su compromiso en esta materia la compañía esta adherida a la Política de Derechos Humanos de Imperial Brands PLC asegurando de este modo el cumplimiento de las directrices incluidas en la misma.

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 guía mayoritariamente por los principios internacionales de Derechos Humanos, en línea con la Carta Internacional de Derechos Humanos, la Declaración Sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo de la OIT⁸ (recogiendo la propia política la libertad de asociación de los empleados acogidos a la misma), y los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas.

Adicionalmente el Grupo ITE perpetua su compromiso con la

ejecución responsable y sostenible de su actividad productiva, asegurando la gestión y mitigación de los riesgos de vulneración de los Derechos Humanos tanto en sus operaciones directas como indirectas.

Como extensión de estos compromisos, la compañía cuenta con otras políticas entre las que se encuentran el Código de Conducta y el Código de Conducta de Proveedores de Imperial Brands PLC, a través de las cuales se establecen las bases del enfoque del Grupo ITE en materia de

Derechos Humanos y que todos los empleados, proveedores y socios comerciales deben cumplir.

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 último, el Grupo ITE asegura el cumplimiento de la legislación laboral vigente al respecto, prevaleciendo mayoritariamente la Política de Derechos Humanos en aquellas jurisdicciones en las cuales la legislación pueda ser más laxa.

⁸ Organización Internacional del Trabajo.

5.2. MEDIDAS CONTRA LA CORRUPCIÓN, EL SOBORNO Y EL BLANQUEO DE CAPITALES

El Grupo ITE tiene tolerancia cero ante el soborno y la corrupción, tal como refleja la Política de Lucha contra el Soborno y la Corrupción de Imperial Brands PLC a la cual está acogido. Esta política es de aplicación para todos los empleados y directivos del Grupo, incluyendo a trabajadores temporales. Los distribuidores, clientes, proveedores y socios del Grupo ITE también deben operar de acuerdo con las normas de esta política. En este sentido, cualquier empleado que infringe la Política de Lucha contra el Soborno y la Corrupción u oculta información sobre una infracción es sometido a procedimientos disciplinarios, pudiendo llegar a comunicar dicho comportamiento a las autoridades pertinentes.

Dentro del concepto de soborno, no se incluye únicamente el ofrecimiento de dinero o la realización de pagos monetarios, se puede manifestar, además, a través de la entrega o recibimiento de obsequios o actividades de ocio. Por lo tanto, todos los empleados del Grupo ITE deben ser conscientes que aceptar este tipo de favores puede llegar a tergiversar su relación empresarial, crear un conflicto de intereses o ser interpretado como un soborno. Por tanto, las personas sometidas a la Política de Lucha contra el Soborno y la Corrupción no podrán ofrecer, prometer o dar dinero ni nada de valor (incluidos beneficios financieros o de otro tipo), ni directa ni indirectamente, a otro individuo, con el fin de influir en dicha persona para que actúe indebidamente o para recompensar dicha conducta inadecuada.

De este modo, el Grupo ITE adopta también la Política de Obsequios y Actividades de Ocio de Imperial Brands PLC, incluida dentro del Código de Conducta, en la que se establece que los obsequios y las actividades de ocio deben ser modestos y apropiados, teniendo siempre un propósito justificable para la actividad comercial del Grupo. Cualquier obsequio u hospitalidad recibida que supere los 60 € debe ser autorizado por escrito por un superior y debe registrarse en el Registro de Obsequios y Actividades de Ocio habilitado a tal fin, de este modo se garantiza la justificación de la sintonía de los regalos recibidos con la actividad de negocio. El valor máximo aceptable para los trabajadores del Grupo ITE por regalo o invitación es de 280 euros. Este límite se refiere a un solo regalo o invitación o a la suma de

varios obsequios, tanto enviados o recibidos por/para la misma persona.

Respecto al blanqueo de capitales el Grupo ITE es indirectamente responsable de las acciones de un tercero (por ejemplo, un distribuidor, consultor o proveedor), bien porque actúa en su nombre, o porque utiliza al Grupo para blanquear su dinero. Para asegurar la fiabilidad de los terceros con los que lleva a cabo su actividad productiva el Grupo ITE exige a sus proveedores firmar el Código de Conducta de Negocio y aportar un certificado de titularidad de su cuenta bancaria para confirmar el destino y procedencia del dinero antes de la firma del contrato de trabajo.

Por su parte, la sociedad marroquí cuenta con un sistema de control interno el cual tiene

implementado un requerimiento de doble aprobación de los pagos a proveedores por distintos responsables, en base a la excedencia de un umbral por el importe en cuestión.

Con el objetivo de concienciar a la plantilla sobre la importancia de este tema, la compañía exige a sus empleados la realización de formaciones específicas en materia de corrupción y blanqueo de capitales.

Con todas estas actuaciones, el Grupo ITE refuerza el compromiso de sus grupos de interés con la actuación responsable y la defensa de prácticas empresariales éticas y equivalentes a las establecidas en el Código de Conducta.





5.3. RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

Como medida de diligencia debida, y en cumplimiento con el compromiso de Imperial Brands PLC por prevenir los riesgos de vulneración de los Derechos Humanos, se contrató en el año 2016 a un consultor externo (Maplecroft) para realizar una evaluación independiente del impacto y la gestión de los Derechos Humanos en Imperial Brands PLC, conocida como “Human Rights Impact Assessment” o “HRIA”.

Como resultado de esta evaluación, se han identificado el trabajo forzoso y el trabajo infantil como los riesgos en materia de Derechos Humanos más relevantes para el Grupo ITE, debido a su capacidad de influencia sobre los mismos. Debido a esta influencia y para garantizar el cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la compañía aborda cada riesgo de forma independiente con la aplicación de medidas que aseguren el cumplimiento estricto de la regulación laboral de aplicación y facilitando los medios de denuncia ante cualquier riesgo de vulneración de estos, con el fin de prevenir y minimizar posibles riesgos y daños en este sentido, garantizando a su vez que las personas implicadas en la cadena de suministro respeten los principios fundamentales en materia de Derechos Humanos, así como asegurar condiciones de trabajo dignas y seguras.

El compromiso de Imperial Brands PLC con el respeto de los Derechos Humanos también está presente

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

Los estándares que rigen el STP son muy exigentes en relación al respeto de los Derechos Humanos y están alineado con los Principios Rectores de las Naciones Unidas y los principios en materia de Derechos Humanos de la OIT. Con el fin de garantizar el cumplimiento de los principios establecidos en el STP sobre Derechos Humanos, los proveedores del Grupo ITE están sujetos a auditorías presenciales las cuales deben superar satisfactoriamente, en caso contrario, la compañía cesaría su relación comercial con estos proveedores.

TRABAJO FORZOSO

El Grupo ITE no tolera ninguna forma de trabajo forzoso, incluida la trata de seres humanos y la esclavitud. Ningún empleado, ya sea trabajador directo o indirecto, debe ser sometido a la esclavitud o al trabajo forzoso, restringiendo su libertad de movimiento, ni se le deben confiscar documentos personales. Todas las formas de intimidación, incluido el abuso físico/verbal y el acoso, son inaceptables en el Grupo.

Imperial Brands PLC, a través del documento “Modern Slavery and Human Trafficking 2022”, reconoce la importancia, influencia y responsabilidad que ostenta en la promoción del respeto por los Derechos Humanos, incluyendo en su política el respeto y el respaldo a la dignidad, el bienestar y los derechos humanos de sus empleados, los trabajadores de su cadena de suministro y las comunidades en las que operan. Se compromete, además, a llevar a cabo su negocio de manera responsable y sostenible, buscando mitigar el riesgo potencial de abusos a los derechos humanos tanto en sus operaciones directas como en la cadena de suministro.

TRABAJO INFANTIL

Del mismo modo, el Grupo ITE tampoco tolera el trabajo infantil, el cual se define como cualquier forma de trabajo que pueda dañar el bienestar de los niños, obstaculizando su educación, desarrollo y futuro. En este sentido, se da cumplimiento a los principales instrumentos jurídicos internacionales contenidos en los Convenios de la OIT sobre trabajo infantil, de forma que, en todas las contrataciones, el Grupo ITE cumpla con la normativa aplicable sobre trabajo de menores y así se lo exige a sus proveedores y colaboradores.

Asimismo, las sociedades españolas del Grupo ITE también respetan escrupulosamente el artículo 6 del Estatuto de los Trabajadores, que prohíben la admisión al trabajo a los menores de dieciséis años. Adicionalmente, y de conformidad con lo dispuesto en la ley 31/1995 relativo a la Prevención de Riesgos Laborales, los trabajadores del Grupo cuya edad es inferior a los dieciocho años no pueden, entre otros aspectos, realizar horas extraordinarias ni ejecutar sus actividades profesionales en jornadas laborales nocturnas. Dichos trabajadores tampoco podrán realizar trabajos peligrosos (es decir, aquellos trabajos que puedan poner en peligro la seguridad física, o el bienestar mental y moral). La edad mínima para la realización de

trabajos no peligrosos no debe ser inferior a la edad de escolarización obligatoria y, en cualquier caso, no debe ser inferior a los 15 años o la edad mínima para trabajar según la legislación del país correspondiente (tomando como referencia aquella que sea mayor entre ambas).

Para garantizar la no contratación de menores en la cadena de suministro, la compañía exige a los proveedores de las comunidades rurales que cumplan con el programa STP y con el Código de Conducta adoptado por el Grupo ITE como propio.

Además, siendo conscientes de la importancia de esta materia, la compañía pone a disposición de sus empleados formación específica sobre los Derechos Humanos y la Norma Internacional de Responsabilidad Social SA8000, incluyendo casos prácticos acerca de circunstancias que suscitarían preocupaciones relacionadas con la esclavitud y la trata de personas.

Todos los empleados del grupo tienen a su disposición diferentes vías para trasladar sus preocupaciones sobre posibles casos de incumplimiento de los Derechos Humanos, tomando un papel activo en la comunicación de estas situaciones a través de su *mánager* o jefe directo, o bien a través de su *Business Partner* o director de Recursos Humanos.



Los empleados y terceras partes también disponen de un canal de denuncias, denominado “*whistleblowing*”, que permite comunicar estas actuaciones contrarias al Código de Conducta, de forma confidencial y de buena fe, sin temor a represalias. Dicho canal de denuncias es accesible a través de:

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 2023, 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 la dedicación de sus esfuerzos para la consecución de este objetivo, Altadis, S.A.U. como principal comprador del tabaco que se cultiva y se procesa en territorio nacional (procedente en su gran mayoría de Extremadura), se ha consolidado como un vector de impulso y crecimiento económico para el campo español y especialmente de esta comunidad autónoma.

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 trabajo de la compañía con las autoridades aduaneras y fiscales para fomentar la disminución del contrabando.

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. Altadis, S.A.U. ha implementado una estrategia integral para abordar este problema, destacando su plataforma en línea y la aplicación móvil denominadas 'No Contrabando'.

Estas herramientas proporcionan información detallada sobre el contrabando a nivel nacional e internacional, que incluye infografías, entrevistas y reportajes. Así como un buzón de denuncias anónimas cuya información ha sido fundamental para iniciar investigaciones que han revelado complejas tramas de contrabando internacional, resultando en numerosas detenciones y confiscaciones significativas.

Durante el ejercicio fiscal de 2023, Altadis, S.A.U. recibió más de 1.666 mensajes a través de estos canales.

Con este mismo objetivo de erradicación del comercio ilícito, durante el ejercicio 2023, el Grupo ITE ha retomado la organización de una nueva edición del Congreso Frente al Contrabando de Tabaco.

Cada año, la jornada congrega a representantes de diversas e influyentes instituciones involucradas en la lucha activa contra el contrabando. Asimismo, se destaca la participación de los actores directamente afectados por este delito, entre los que se encuentran los estancieros y los productores de tabaco. Este evento se configura como un espacio crucial de encuentro y colaboración, donde se comparten experiencias, se abordan estrategias y se fortalece la cooperación entre las partes interesadas en la erradicación del contrabando.

También es notable la reinversión en la sociedad y en las comunidades en las que opera Société Marocaine des Tabacs, S.A. a través de SMarT Foundation. La misión de esta fundación consiste en fortalecer la participación social a través del financiamiento, el apoyo técnico y la monitorización de proyectos y programas estructurales orientados principalmente a poblaciones desfavorecidas ubicadas en comunidades que interactúan con la cadena de valor de la compa  a marroquí. En este sentido, SMarT Foundation puso en marcha hace cuatro años un programa de innovación social denominado "SMarT Initiatives" que reúne a personas y organizaciones (centros de formación, ONGs, cooperativas, etc.) para fomentar la creación de soluciones vanguardistas a desafíos sociales que promuevan el desarrollo humano y atiendan las

necesidades vitales de la población local de Ain Harrouda. Este proyecto ofrece hasta la fecha actividades educativas para jóvenes y adultos, dotándolos de herramientas que les permitan iniciar un camino hacia el aprendizaje, la empleabilidad y el emprendimiento social. Asimismo, SMarT Foundation organiza el Clean Beaches Programme, cuyo objetivo consiste en limpiar periódicamente las dos playas que apadrinan para el beneficio del entorno medioambiental y de los más de 50.000 bañistas diarios que lo disfrutan. Por   ltimo, Société Marocaine des Tabacs, S.A. fomenta la involucración de sus empleados en las poblaciones locales mediante la participación en programas de voluntariado y financia las actividades celebradas por SMarT Foundation con motivo de la "National Solidarity Campaign" mediante donaciones anuales de 1 mill  n de dirhams marroquíes.

Demostrando su compromiso con los principios establecidos en el Código de Conducta de Imperial Brands PLC, el Grupo ITE asigna parte de sus recursos para promover la investigación integrando prácticas laborales sostenibles que ayuden a mitigar el impacto ambiental. La estrategia incluye la reducción activa de residuos, fomentando la práctica del reciclaje y la reutilización de materiales siempre que sea posible. De esta manera, el Grupo ITE busca no solo cumplir con sus responsabilidades corporativas, sino también contribuir positivamente a la preservación del medio ambiente.

Como muestra de ello, Altadis, S.A.U. mantiene un acuerdo de colaboración con investigadores

de la Universidad de Extremadura (UEX) a través del cual un equipo multidisciplinar integrado por doctores de diversas áreas (acústica, química y matemáticas entre otras) investiga la posibilidad de reconvertir las colillas de los cigarrillos en un material absorbente acústico.

Los investigadores llevan varios años estudiando una fórmula para dar una nueva vida a las colillas de los cigarrillos y avanzado notablemente con el objetivo de darles un uso como aislante de ruido. Como resultado, se ha logrado demostrar la potencialidad de las muestras preparadas con filtros de colillas, analizando la influencia de humedad, espesor y densidad en el comportamiento acústico de las muestras y poniendo a punto un procedimiento químico para la limpieza de las impurezas acumuladas en las colillas.

En el ámbito de las participaciones de filiales, el Grupo ITE se involucra activamente en asociaciones estratégicas que reflejan el compromiso con sus principios y valores fundamentales.

Estas alianzas van más allá de simples colaboraciones; representan vínculos significativos con entidades afines que comparten la identidad y los mensajes fundamentales del Grupo ITE. En este contexto, la participación en asociaciones se convierte en un v  h  culo crucial para expresar y promover de manera conjunta los principios y valores que delinean la visión y misión del Grupo ITE en su constante búsqueda de la excelencia y el compromiso con la responsabilidad corporativa.

PARTICIPACIONES DE FILIALES DEL GRUPO ITE EN ASOCIACIONES

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

Altadis, S.A.U.

Esta filial 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. También es miembro de la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA), formando parte también de su junta directiva. Con su participación, Altadis, S.A.U. se identifica con la creación de una cultura de protección de las marcas y en la lucha frente a las falsificaciones. Asimismo, la compañía participa en la Asociación de Multinacionales por la Marca España, mostrando su firme compromiso con la sociedad española y su economía

Société Marocaine des Tabacs.

La filial en la ejecución de programas de SMarT Foundation se asocia con Mohamed V Foundation for Solidarity, Mohammed VI Foundation for Environmental Protection,

Zakoura Foundation y Morocco Impact Association. Estas entidades son organizaciones reconocidas de interés público y son ampliamente conocidas por la sociedad de Marruecos.

Tabacalera de García S.A.S

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 Société Marocaine des Tabacs, S.A., aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro durante el ejercicio 2023 que ascienden a un valor total de 1.144.195,37€ (1.040.176,99€ en el ejercicio 2022, que incluía las

aportaciones llevadas a cabo en Marruecos a l'Association des Œuvres Sociales (AOSOC), así como el acuerdo de colaboración que Altadis, S.A.U. tiene firmado con la Fundación del Teatro Real). Este acuerdo se debe a que la compañía tiene entre sus objetivos, además de

actividades sociales, el apoyo a la cultura, y por ello desea colaborar con los fines fundacionales del Teatro Real, que se centran en la programación y gestión de actividades musicales, líricas y coreográficas en sus sedes.

6.2. PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CONSUMIDORES

Según lo reflejado en su análisis de materialidad la Salud y la Seguridad de los consumidores se considera un asunto prioritario para el Grupo ITE.

En consecuencia y para darle relevancia a esta cuestión, la compañía adopta en primera instancia la Política de Calidad y Seguridad de los Productos de Imperial Brands PLC como propia, para garantizar la protección de los productos en todas las fases de la cadena de valor, desde la adquisición de estos hasta la entrega para su consumo, incluyendo a todos los agentes involucrados en el proceso.

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.

En segunda instancia y en virtud de la Directiva 2014/40/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, todos los fabricantes de productos de tabaco deben presentar a través del portal EU-CEG⁹ información sobre ingredientes, emisiones, datos toxicológicos y otros indicadores que son evaluados por las autoridades aplicables de los Estados Miembro en los que se tiene previsto comercializar los productos. Este mecanismo constituye la principal garantía de que los productos del Grupo ITE cumplen con los criterios estipulados por la normativa europea en materia de calidad y seguridad de los consumidores.

Adicionalmente, en Marruecos se adopta como propio el Procedimiento de Calidad de Consumidores ("Quality Procedure for Consumer & Customer Complaints Handling") de Imperial Brands PLC, y en República Dominicana se cuenta con una Política de Calidad desarrollada internamente y actualizada cada año que complementa una serie de programas implantados cuyo objetivo consiste en limitar o limpiar la posible contaminación de los productos en ciclos de producción, entre otros. Como se ha mencionado anteriormente, el Grupo ITE cuida los estándares de calidad del producto desde el comienzo de la cadena de valor del mismo, contratando proveedores responsables y con un alto reconocimiento a nivel reputacional sobre los cuales se siguen aplicando medidas de diligencia debida.



⁹ EU Common Entry Gate.



El tabaco comprado para la producción del tabaco de Altadis, S.A.U., debe superar unos procesos de calidad antes de su compra con el objetivo de verificar que el uso de fitosanitarios se encuentra entre los límites aceptados por la industria. Sin embargo, la responsabilidad del Grupo ITE no se limita únicamente a la gestión responsable y garantía de confianza de sus proveedores, sino que implica también el conocimiento de sus clientes y de los niveles de seguridad con los que desarrollan su actividad productiva.

El compromiso del Grupo ITE hacia sus productos a lo largo de toda la cadena de producción y comercialización se fundamenta en la transparencia, el respaldo a las autoridades del sector, y el cumplimiento riguroso de la legalidad para garantizar que ningún menor pueda acceder a sus productos. La prevención del acceso de menores a productos de tabaco es una tarea en la que la sociedad debe colaborar de manera conjunta ya que, actividades como el contrabando y la falsificación facilitan el acceso de estos productos a personas menores de edad suponiendo un perjuicio para su seguridad, así como reduciendo la

contribución fiscal que experimentan los gobiernos y la disminución de la calidad de los productos que adquieren los consumidores.

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, el Grupo ITE identifica, declara y asume los siguientes compromisos:

1. 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 el mejor de los productos cumpliendo con las medidas

de etiquetado, seguridad e ingredientes establecidas en la Directiva 2014/40/UE.

2. 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.

3. 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

El Grupo ITE mantiene a disposición de sus consumidores y clientes canales de comunicación y diálogo para reportar quejas o reclamaciones. En España y en República Dominicana, se dispone de líneas telefónicas detalladas en el empaquetado de los productos comercializados en estas jurisdicciones a través de las cuales se gestiona de forma inmediata las posibles incidencias reportadas. También se cuenta con un procedimiento operativo interno ("*Customer/Consumer Complaints Process*") que permite identificar la causa del problema, darle solución e impedir que vuelva a repetirse. Dicho procedimiento está además sometido a revisiones y auditorías tanto internas como externas, gracias a las cuales se verifica su eficacia. Por último, todas las reclamaciones recibidas en Marruecos son registradas en su herramienta CIS ("*Complaint Information System*") para facilitar su gestión y adecuado tratamiento.

Durante el ejercicio 2023, las sociedades que conforman el Grupo ITE han recibido un total de 2.193 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 2022, durante el cual se registraron un total de 2.834 reclamaciones o mensajes procedentes de consumidores. No obstante, dicho descenso se explica por la separación y venta de las operaciones Premium Cigarros.

6.3. EXTENSIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD A NUESTROS PROVEEDORES

El Grupo ITE ha adoptado como propia la Política de Compras de Imperial Brands PLC, entre cuyos requerimientos se encuentra la obligación de los equipos de compras y los proveedores de conocer y aceptar expresamente el Código de Conducta de Imperial Brands PLC, el cual incluye una serie de buenas prácticas comerciales, de comportamiento ético y la legislación que lo rige, de gobierno corporativo, de seguridad de datos y física, así como de salud y medio ambiente.

Los principios relacionados con la consecución de las buenas prácticas mencionadas incluyen la valoración de la diversidad e inclusión, la prevención del acoso, la promoción de un lugar de trabajo seguro y saludable, la lucha contra el comercio ilícito, la creación de alianzas beneficiosas con proveedores, la lucha contra el soborno, la corrupción y el blanqueo de capitales, el respeto por los derechos humanos y el respeto por el medio ambiente, entre otros.

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. Específicamente, en el proceso de auditoría para la homologación de proveedores de non-tobacco materials (NTMs), se revisan y se evalúan aspectos no financieros (relativos, entre otros, a la lucha contra la vulneración de Derechos Humanos, la prevención de la corrupción y el soborno, el respeto por la libertad de asociación o la adecuada gestión de denuncias internas).

Como medida adicional en España, se realizan consultas periódicas a proveedores en las cuales se tratan temas relativos a la responsabilidad social y ambiental, como pueden ser la gestión del sistema de calidad, la obtención de certificaciones medioambientales y de salud, la participación en programas de reducción de CO2 o las medidas para combatir el contrabando.

Cabe mencionar que los proveedores indirectos también están sujetos a la revisión de su cumplimiento con la responsabilidad social y ambiental por medio de controles periódicos

y consultas específicas de la agenda ESG, donde se transmite a los colaboradores la estrategia en esta materia y se realizan preguntas sobre diferentes aspectos ambientales, de gobernanza y de responsabilidad social.

Fruto de todo ello, el Grupo ITE ha llevado a cabo en República Dominicana una auditoría sobre proveedores durante el ejercicio 2023 de conformidad con el nivel estimado de prioridad y criticidad de los proveedores. Esta auditoría se ha realizado tanto para su contratación como para su homologación, y en la cual se ha atendido mayoritariamente a criterios operacionales y financieros. Cabe señalar, que, como resultado de este análisis de priorización y criticidad, el número de autorías ejecutadas se ha mantenido en la línea del ejercicio anterior, en el cual se llevaron a cabo 2 auditorías.

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 Brands PLC¹⁰ 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.

POLÍTICA FISCAL DE IMPERIAL BRANDS PLC

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.

¹⁰ Política Fiscal de Imperial Brands PLC

Adicionalmente a la Política Fiscal de Imperial Brands PLC que adopta el Grupo ITE, ciertas 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.

En Marruecos, existe un procedimiento interno que define los métodos para preparar, validar, contabilizar y pagar las declaraciones de impuestos, y se colabora con una consultora tributaria externa para discutir sobre diversos temas y riesgos fiscales cuyas conclusiones son posteriormente compartidas con otras sociedades de Imperial Brands PLC en África.

De forma general, todos los empleados del Grupo ITE pueden transmitir posibles preocupaciones sobre conductas ilegales en materia fiscal a través de un canal de comunicación específico, en seguimiento de la Política de

Gestión de Riesgo de Fraude de Imperial Brands PLC.

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 2023, se detallan a continuación los indicadores a reportar en materia de información fiscal:

KPIs de Información Fiscal (miles de ��) ¹¹	FY21 ¹²	FY22	FY23
Beneficios Antes de Impuestos	743.108	343.479	227.325
España	503.137	215.706	235.433
Francia	17.286	-	-
Italia	89.762	-	-
Portugal	10.017	-	-
Polonia	709	-	-
Marruecos	94.179	98.181	-10.995
República Dominicana	28.018	29.592	2.886
Impuestos sobre Beneficios Pagados	226.273	208.947	97.346
España	169.321	171.424	65.385
Francia	18.808	-	-
Italia	15.246	-	-
Portugal	2.004	-	-
Polonia	42	-	-
Marruecos	20.835	37.522	31.961
República Dominicana	17	1	-
Subvenciones Públicas Recibidas	16	-	-

¹¹ 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

¹² Los datos correspondientes al ejercicio 2021 incluían información de Grupo Logista hasta su fecha de salida del Grupo ITE (19 de julio de 2021). Concretamente, el Grupo Logista obtuvo beneficios y contribuyó al pago de impuestos en España, Francia, Italia, Portugal y Polonia.

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	4-5	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	23-25	SI	-
	Contaminación				
	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente.	3-3	23-25	SI	-
	Contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	3-3	30-31	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 medioambien- tales	Economía circular y prevención y gestión de residuos				
	Economía circular.	3-3 306-2	31-32	NO	-
	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	3-3 306-1 306-2 306-3	32	SI	-
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	3-3	-	NO	No se considera como aspecto material debido a la actividad desempe- ñada por el Grupo.
	Uso sostenible de los recursos				
	Consumo y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	3-3 303-5	31	SI	-
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	3-3 301-1	30	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	30-31	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	33-34	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	31-32	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 desempe- ñada 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 desempe- ñada por el Grupo.

Ámbitos	Contenidos	Estándares GRI	Página(s)	Asunto Material (Sí/NO)	Comentarios
Cuestiones sociales	Empleo				
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	2-7 405-1	36	SI	-
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	2-7	36	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	36	SI	-
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	401-1	36	SI	-
	Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	405-2	43	SI	-
	Brecha salarial y la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	3-3 405-2	43	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	43	SI	La remuneración de los consejeros ejecutivos se contabiliza en las tablas de remuneraciones de plantilla.
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	3-3	44-45	SI	-
	Empleados con discapacidad.	405-1	39	SI	-
	Organización del trabajo				
	Organización del tiempo de trabajo.	3-3	44	SI	-
	Número de horas de absentismo.	403-9	45	SI	-
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	3-3	45	SI	-
	Salud y seguridad				
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	3-3	48-51	SI	-
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, enfermedades profesionales. Desagregado por sexo.	403-9 403-10	49	SI	-
	Relaciones sociales				
	Organización del diálogo social (incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos).	3-3	46-47	SI	-
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	2-30	47	SI	-
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4	48	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	46	SI	

Ámbitos	Contenidos	Estándares GRI	Página(s)	Asunto Material (SÍ/NO)	Comentarios
Cuestiones sociales	Formación				
	Las políticas implementadas en el campo de la formación;	3-3	40	SI	-
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1	40-42	SI	-
	Accesibilidad				
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	3-3	39	SI	-
	Igualdad				
	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	3-3	37-38	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	37-38	SI	-
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	3-3	37-38	SI	-
Derechos humanos	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.	3-3 2-23 2-26	53	SI	-
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.	406-1	58	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	56	SI	-
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.	3-3	37-38	SI	-
	La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio.	3-3	57	SI	-
	La abolición efectiva del trabajo infantil.	3-3	57	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	55	SI	-
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	205-2	54-55	SI	-
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	413-1	60	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	60-61	SI	-
	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	203-1 203-2 413-1	60-61	SI	-
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	413-1	60-61	SI	-
	Las acciones de asociación o patrocinio.	2-28	61	SI	-
	Subcontratación y proveedores				
	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	2-6 3-3	61	SI	-
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental;	3-3	62	SI	-
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	3-3	62	SI	-
	Consumidores				
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	3-3	63-65	SI	-
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	3-3 416-2	65	SI	-
	Información fiscal				
	Beneficios obtenidos país por país.	3-3	69	SI	-
	Impuestos sobre beneficios pagados.	207-1 207-2	69	SI	-
	Subvenciones públicas recibidas.	3-3	69	SI	-

ANEXO II

TABLAS CON CONTENIDO SOBRE MEDIO AMBIENTE

CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS

Consumo de Materias Primas (t) ¹³	FY21	FY22	FY23	Variación FY22-23
Tabaco	16.500,04	20.604,87	11.608,78	-43,66 %

CONSUMO DE ENERGÍA

Consumo Energético (GJ) ¹⁴		FY21	FY22 ¹⁵	FY23	Evolutivo FY22-23
Consumo de Combustibles		96.046,08	54.497,48	49.832,20	-8,56 %
Consumo de Electricidad	Fuentes No Renovables	94.110,12	24.725,59	42.067,60	70,14 %
	Fuentes Renovables	151.837,22	88.293,30	46.074,06	-47,82 %
TOTAL		341.993,42	167.516,38	137.993,70	-17,64 %

Intensidad Energética (GJ/Empleado) ^{7,16}		FY21	FY22	FY23	Evolutivo FY22-23
Intensidad Energética		46,39	36,25	38,04	4,94 %

CONSUMO DE AGUA

Consumo de Agua por Fuente (m3) ¹⁷		FY21	FY22	FY23	Evolutivo FY22-23
Red de Suministro		203.754,19	125.705,74	121.149	-3,62 %
Pozo		13.879,97	6.367,00	7.140	12,14 %
TOTAL		217.634,16	132.072,74	128.289,22	-2,86 %

¹³ 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.

¹⁴ Se reporta únicamente el consumo energético dentro de la organización.

¹⁵ El consumo energético correspondiente al último ejercicio no incluye el consumo durante el segundo semestre de 2022 de la línea premium de Tabacalera de García, S.A.S. al haber sido vendida a una sociedad externa al Grupo ITE el 2 de agosto de 2022.

¹⁶ Se utiliza el criterio de plantilla a cierre.

¹⁷ 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 _{2eq}) ¹⁸	FY21	FY22	FY23	Variación FY22-23
Alcance 1 (Combustibles y Gases)	41.510,71	3.628,93	9.640,43	165,65 %
Alcance 2 (Electricidad)	5.550,67	1.314,96	2.419,76	84,02 %
TOTAL	47.061,38	4.943,90	12.060,18	143,94 %

Intensidad de Emisiones GEI (tCO _{2eq} /Empleado) ¹⁹	FY21	FY22	FY23	Variación FY22-23
Alcance 1 (Combustibles y Gases)	5,63	0,79	3,01	281,01 %
Alcance 2 (Electricidad)	0,75	0,28	0,67	139,29 %
TOTAL	6,38	1,07	3,68	243,93 %

ECONOMÍA CIRCULAR Y
PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

Residuos Generados (t)	FY21	FY22	FY23	Variación FY22-23
Residuos Peligrosos	46,04	38,15	17,82	-53,29 %
Destinados a eliminación	n/d	27,92	14,18	-49,21
No destinados a eliminación	n/d	10,22	3,64	-64,38
Residuos No Peligrosos	21.036,84	8.804,03	3.918,11	-55,50 %
Destinados a eliminación	n/d	3.707,64	1.634,56	-55,91 %
No destinados a eliminación	n/d	5.096,39	2.283,55	-55,19 %
TOTAL	21.082,88	8.842,18	3.935,93	-55,49 %

¹⁸ Fuente de los factores de emisión: “Conversion factors 2022: Condensed set” (DEFRA).

¹⁹ Se utiliza el criterio de plantilla a cierre.

²⁰ Para el ejercicio 2022, se reporta por primera vez el desglose de residuos gestionados por tipo de destino. No se dispone de dicha información correspondiente al ejercicio 2021.



ANEXO III

TABLAS CON CONTENIDO SOBRE LA PLANTILLA

DATOS BÁSICOS DE LA PLANTILLA

Nº de Empleados por Sexo, Edad, País y Categoría Prof.	FY21							FY22 ¹							FY23						
	Hombres			Mujeres			TO-TAL	Hombres			Mujeres			TO-TAL	Hombres			Mujeres			TO-TAL
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50		<30	30-50	>50	<30	30-50	>50		<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	
España	17	294	78	24	150	23	586	13	273	94	18	149	30	577	14	231	100	13	127	34	519
Directivos	-	1	3	-	2	-	6	-	1	3	-	2	-	6	-	1	2	-	1	1	5
Técnico/ Adminis.	17	165	47	24	128	19	400	13	154	55	18	128	25	393	13	129	59	13	110	29	353
Personal Base	-	128	28	-	20	4	180	-	118	36	-	19	5	178	1	101	39	-	16	4	161
Marruecos	11	362	133	6	96	5	613	8	356	125	6	90	7	592	7	350	130	4	87	8	586
Directivos	-	10	6	-	11	2	29	-	11	3	-	9	3	26	-	9	3	-	8	3	23
Técnico/ Adminis.	2	252	102	4	71	3	434	2	245	94	4	67	4	416	3	244	104	3	64	5	423
Personal Base	9	100	25	2	14	-	150	6	100	28	2	14	-	150	4	97	23	1	15	-	140
Rep. Dominicana	1.342	741	183	2.005	1.690	212	6.173	776	443	75	1.137	970	51	3.452	449	355	78	756	828	57	2.523
Directivos	-	8	1	-	2	-	11	-	5	1	-	1	-	7	-	7	2	-	1	-	10
Técnico/ Adminis.	22	154	36	23	98	22	355	86	173	40	28	70	6	403	81	161	43	25	80	10	400
Personal Base	1.320	579	146	1.982	1.590	190	5.807	690	265	34	1.109	899	45	3.042	368	187	33	731	747	47	2.113
TOTAL	1.370	1.397	394	2.035	1.936	240	7.372	797	1.072	294	1.161	1.209	88	4.621	470	936	308	773	1.042	99	3.628

NÚMERO TOTAL Y DISTRIBUCIÓN DE MODALIDADES DE CONTRATOS DE TRABAJO

Nº y Distribución de Modalidades de Contrato de Trabajo ¹⁵	FY21	FY22	FY23	Variación FY22-23
Indefinido	7.325	4.595	3.613	-21,37
Temporal	47	26	15	-42,31
TOTAL	7.372	4.621	3.628	-21,49
Tiempo Completo	7.333	4.578	3.591	-21,56
Tiempo Parcial	39	43	37	-13,95
TOTAL	7.372	4.621	3.628	-21,49

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

Promedio Anual de Contratos por Sexo	FY21			FY22			FY23		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Indefinido	2.976,02	3.893,10	6.869,12	2.976,02	3.893,10	6.869,12	1.684	1.910	3.594
Temporal	19,18	9,73	28,91	19,18	9,73	28,91	11	5	16
TOTAL	2.995,20	3.902,84	6.898,04	2.995,20	3.902,84	6.898,04	1.695	1.915	3.610
Tiempo Completo	2.978,20	3.876,84	6.855,04	2.978,20	3.876,84	6.855,04	1.680	1.893	3.573
Tiempo Parcial	17,00	26,00	43,00	17,00	26,00	43,00	15	22	37
TOTAL	2.995,20	3.902,84	6.898,04	2.995,20	3.902,84	6.898,04	1.695	1.915	3.610

Promedio Anual de Contratos por Edad	FY21			FY22				FY23			
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	TOTAL	<30	30-50	>50	TOTAL
Indefinido	3.134,80	5.955,28	1.598,63	2.928,96	3.260,53	679,64	6.869,13	1.218	1.964	413	3.594
Temporal	223,04	375,27	81,13	4,75	20,22	3,93	28,90	5	8	3	16
TOTAL	3.357,84	6.330,55	1.679,76	2.933,71	3.280,75	683,57	6.898,03	1.223	1.972	415	3.610
Tiempo Completo	3.335,01	6.044,64	1.612,04	2.932,71	3.244,75	677,57	6.855,03	1.223	1.944	406	3.573
Tiempo Parcial	22,83	285,91	67,72	1,00	36,00	6,00	43,00	-	28	9	37
TOTAL	3.357,84	6.330,55	1.679,76	2.933,71	3.280,75	683,57	6.898,03	1.223	1.972	415	3.610

Promedio Anual de Contratos por Categoría Prof	FY21				FY22				FY23			
	Directi-vos	Téc-nicos/ Adminis	Perso-nal base	TOTAL	Directi-vos	Téc-nicos/ Adminis	Perso-nal base	TOTAL	Directi-vos	Téc-nicos/ Adminis	Perso-nal base	TOTAL
Indefinido	56,08	3.475,90	7.156,73	10.688,71	39,07	1.386,45	5.453,59	6.869,12	33	1.161	2.399	3.594
Temporal	6,00	257,75	415,68	679,43	4,68	22,31	1,92	28,91	5	10	1	16
TOTAL	62,08	3.733,65	7.572,42	11.368,15	43,76	1.398,76	5.455,52	6.898,04	38	1.171	2.400	3.610
Tiempo Completo	62,08	3.536,07	7.393,54	10.991,69	43,76	1.366,76	5.444,52	6.855,04	38	1.142	2.392	3.573
Tiempo Parcial	-	197,59	178,88	376,47	-	32,00	11,00	43,00	-	29	8	37
TOTAL	62,08	3.733,65	7.572,42	11.368,15	43,76	1.398,76	5.455,52	6.898,04	38	1.171	2.400	3.610

NÚMERO DE DESPIDOS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

Nº de Despidos	FY21							FY22							FY23						
	Hombres			Mujeres			TO-TAL	Hombres			Mujeres			TO-TAL	Hombres			Mujeres			TO-TAL
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50		<30	30-50	>50	<30	30-50	>50		<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	
Directivos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	-	1	-	4
Técnico/ Administrativo	2	29	12	2	23	11	79	-	4	-	-	11	-	15	23	53	28	5	22	3	134
Personal base	19	30	9	8	16	7	89	70	16	1	60	27	-	174	324	115	15	265	233	9	964
TOTAL	21	59	21	10	39	18	168	70	20	1	60	38	-	189	45	169	347	12	256	280	1.102

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

Remunera-ción Media (€)	FY21							FY22 ²¹							FY23 ²²						
	Hombres			Mujeres				Hombres			Mujeres				Hombres			Mujeres			
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50		<30	30-50	>50	<30	30-50	>50		<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	
España	44.048	59.209	70.700	39.176	56.842	70.609		40.997	60.055	64.208	41.278	54.763	74.982		41.814	95.225	92.032	40.634	58.028	146.020	
Directivos	-	487.679	116.331	-	154.091	-		-	512.303	124.618	-	159.372	-		-	335.000	515.734	-	89.204	291.600	
Técnico/ Adminis.	44.048	64.282	76.009	39.176	56.686	75.314		40.997	66.710	70.387	41.278	53.984	81.009		41.814	131.070	107.439	40.634	59.322	155.019	
Personal Base	-	49.322	56.900	-	48.121	48.259		-	47.537	49.734	-	49.000	44.844		-	46.588	46.996	-	46.468	44.383	
Marruecos	14.643	25.891	32.372	15.777	33.142	53.305		9.262	25.849	32.372	8.930	34.615	59.076		12.768	26.673	30.810	18.237	34.933	54.931	
Directivos	-	110.438	102.246	-	83.038	83.942		-	98.314	118.102	-	91.474	92.783		-	107.844	119.629	-	108.782	99.951	
Técnico/ Adminis.	14.156	24.279	28.817	17.152	29.316	32.881		8.862	24.236	29.748	5.214	31.168	33.796		12.506	24.860	28.457	17.889	30.257	32.420	
Personal Base	14.752	21.499	30.106	13.027	13.343	-		9.395	21.829	31.997	16.363	14.560	-		12.965	23.050	28.078	19.281	16.742	-	
Rep. Domi-nicana	3.740	7.091	7.128	3.683	4.450	4.788		4.897	9.937	11.492	4.793	5.926	6.339		4.353	10.657	9.906	4.640	5.433	6.791	
Directivos	-	72.139	59.115	-	93.803	-		-	118.387	150.725	-	141.072	-		-	131.339	133.632	-	104.363	-	
Técnico/ Adminis.	7.951	15.359	16.627	8.749	15.686	14.228		6.371	14.556	13.717	12.336	20.774	19.122		5.617	12.877	11.373	12.859	14.490	19.293	
Personal Base	3.670	3.994	4.429	3.624	3.645	3.695		4.713	4.875	4.779	4.602	4.620	4.635		4.070	4.317	4.246	4.359	4.342	4.131	
TOTAL	4.328	22.931	28.235	4.137	9.932	12.107		5.529	27.984	37.224	5.380	14.080	33.935		5.492	37.139	44.610	5.315	14.352	58.461	

²¹ 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 Tabacalera de García S.A.S. al no formar parte del Grupo ITE a 30 de septiembre de 2022, fecha de cierre del ejercicio.

²² 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 Tabacalera de García S.A.S. al no formar parte del Grupo ITE a 30 de septiembre de 2022, fecha de cierre del ejercicio.

Categoría Profesional	Remuneración Media FY21 (€)			Remuneración Media FY22 (€)			Remuneración Media FY23 (€)		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Directivos	110.026	92.770	103.649	127.691	104.095	118.616	159.057	118.234	144.403
Técnico/ Administrativo	34.068	35.528	34.550	31.228	38.677	33.379	42.318	45.230	43.149
Personal base	8.028	3.958	5.506	11.848	5.164	7.697	13.986	4.980	8.212
TOTAL	15.529	7.255	10.803	20.856	10.540	15.369	29.902	13.009	21.088

Grupo de Edad	Remuneración Media FY21 (€)	Remuneración Media FY22 (€)	Remuneración Media FY23 (€)
>50	22.129	36.235	47.854
30-50	15.380	20.400	25.214
<30	4.214	5.437	5.383
TOTAL	10.803	15.369	21.088

BRECHA SALARIAL

Brecha Salarial (%) ²³	FY21				FY22				FY23			
	España	Marruecos	Rep. Domi- nicana	TOTAL	España	Marruecos	Rep. Domi- nicana	TOTAL	España	Marruecos	Rep. Domi- nicana	TOTAL
Directivos	26,33%	22,53%	-32,69%	15,68%	28,06%	10,49%	-13,97%	18,48%	58,20%	4,35%	20,71%	25,67%
Técnico/ Administrativo	13,64%	-12,96%	3,10%	-4,29%	16,33%	-16,59%	-52,26%	-23,85%	35,81%	-15,66%	-37,73%	-6,88%
Personal base	5,01%	41,27%	4,71%	50,70%	2,63%	36,81%	3,11%	56,41%	1,44%	29,30%	-4,46%	64,39%
TOTAL	7,48%	-21,06%	20,26%	53,28%	8,31%	-27,66%	23,78%	49,47%	19,78%	30,09%	30,64%	56,49%

REMUNERACIÓN MEDIA DE CONSEJEROS

Remuneración Media de consejeros (€) ²⁴	FY21	FY22	FY23
Hombres	42.774	43.532	202.421,44
Mujeres	-	-	181.940,35
TOTAL	42.774	43.532	198.640

²³ 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.

²⁴ 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 ²⁵ y Enfermedades Profesionales	FY21 ²⁶			FY22			FY23		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Nº de Accidentes con Baja	197	126	323	67	50	117	14	6	20
Nº de Enfermedades Profesionales	1.223	5.085	6.308	267	715	982	0	0	0
Índice de Frecuencia	27,62	35,50	30,24	10,69	6,13	8,11	3,48	1,23	2,25
Índice de Gravedad	0,40	0,56	0,45	0,08	0,04	0,03	0,57	0,06	0,29

PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIO COLECTIVO POR PAÍS

% de Empleados Cubiertos por Convenio Colectivo por País	FY21	FY22	FY23
España	90,96%	90,12%	86,71%
Marruecos	0%	100%	100%
República Dominicana	0%	0%	0%
TOTAL	7,23%	22,72%	29,06%

HORAS DE FORMACIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL

Horas de Formación por Categoría Profesional	FY21 ²⁷	FY22	FY23
Directivos	4.877,40	1.628,78	850
Técnico/Administrativo	123.654,32	33.577,17	18.710
Personal Base	27.775,86	183.736,30	21.238
TOTAL	156.307,58	218.942,26	40.798

²⁵ 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
Para obtener el nº de horas teóricas trabajadas, se han tenido en cuenta los días laborables en el ejercicio durante los cuales los empleados han formado parte de Grupo ITE así como el porcentaje de jornada trabajado, partiendo de una media de 8 horas diarias de trabajo.

²⁶ Los datos correspondientes al ejercicio 2021 incluían información de Grupo Logista, el cual dejó de formar parte del perímetro de consolidación del Grupo ITE el 19 de julio de 2021.

²⁷ En el ejercicio 2021, se contabilizaron las horas de formación recibidas por la plantilla de Grupo Logista, que dejó de formar parte de Grupo ITE el 19 de julio de 2021.

