

ALTABANA, S.L. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES
Estado de Información No Financiera del ejercicio 2021

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

En su elaboración también se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. La información de indicadores no financieros presentada en este documento sigue las directrices estipuladas por los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (GRI). Los indicadores GRI seleccionados son aquellos que corresponden a los contenidos que solicita la Ley 11/2018 como obligatorios.

1. MODELO DE NEGOCIO.

Estructura organizativa del grupo

La sociedad Altabana, S.L. y sus sociedades dependientes (en adelante “el Grupo” o “el Grupo Altabana”) constituyen un grupo de distribución de tabaco torcido (puros) manuales y mecanizados de cualquier tamaño y vitola, cuya actividad se centra en el desarrollo y comercialización de la producción tabaquera cubana.

Altabana, S.L. es la entidad holding del Grupo de empresas del mismo nombre, formado por 27 sociedades, de las cuales, tres de ellas tienen la consideración de sociedades holding y el resto son entidades dedicadas a la distribución de productos derivados del tabaco en base a contratos, generalmente en exclusiva, suscritos con otras entidades relacionadas. Estas entidades además de la distribución de este tipo de productos pueden, dependiendo de las necesidades de sus mercados, dedicarse a la distribución y venta de productos promocionales, alcohol o materias primas.

Así Altabana, S.L., es la tenedora de las acciones o participaciones de sus filiales (en su totalidad o mayoría) encargándose de la dirección y control de las sociedades productivas o de servicios.

La sociedad está sujeta al régimen fiscal especial para las Empresas Tenedoras de Valores Extranjeros (ETVE) para detentar un conjunto de participaciones en el capital de otras entidades o sociedades, aportadas por las partes y las que se creen o se participe en el futuro para ser dirigidas y gestionadas conjuntamente, y estando sometidas dichas aportaciones a los esquemas de traspaso y garantías acordados por las partes.

Esquema del modelo de negocio

Se incluye a continuación, la cadena de suministro simplificada de la actividad principal de venta de producto vinculado.



Como se deriva de la representación gráfica anterior, el Grupo Altabana asume el paso previo a la colocación del producto en el punto de venta, esto es, principalmente las funciones de promoción, logística, almacenaje en cada territorio, y, en definitiva, toda la problemática del producto en cada mercado: etiquetado, pago de impuestos, adecuación a la normativa legal del tabaco –así como aquellas accesorias y necesarias para el correcto desarrollo de estas funciones-.

A continuación, se expone una visión conjunta del negocio del tabaco con origen cubano en el que participan de manera directa las filiales del Grupo Altabana (e indirecta la propia Altabana, S.L.).

1º) Proceso Agrícola

La combinación perfecta y única de suelo y clima, hacen que Cuba sea mundialmente reconocida como la tierra del mejor tabaco. En los suelos cubanos se cultivan dos tipos de tabaco:

- Tabaco Negro: destinado a la elaboración de los tabacos Premium (torcidos totalmente a mano), los tabacos hechos a máquina y para los cigarrillos negros o fuertes como también se les conoce.
Existen dos formas distintas de cultivo del tabaco negro cubano que producen los diferentes tipos de hojas:
 - Las hojas para capa se cultivan en campos que se encuentran totalmente protegidos del sol gracias a la tela que las cubre. La tela de tapado filtra la luz del sol y retiene el calor permitiendo que las hojas crezcan más y sean más finas.
 - Las hojas para tripa y capote (tabaco de sol) se cultivan al aire libre. De este modo, aprovechan la plenitud del sol de Cuba, que en todo su esplendor les permite crear una variedad de sabores los cuales son combinados para establecer las diferentes mezclas.

Luego de la recolección, las hojas son trasladadas a las casas de tabaco de los agricultores para ser curadas de forma natural o controlada.

- Tabaco Rubio: se cultiva al sol y el proceso de curación de la hoja se realiza en cámaras de cura controlada y es con el que se producen las mezclas para los cigarrillos rubios, también conocidos como suaves.

2º) Proceso de Pre-Industria

Esta parte del proceso, planifica los volúmenes a producir por el proceso agrícola en los diferentes tipos de tabaco por cosecha, con el objetivo de satisfacer la solicitud de materias primas de la industria del cigarro y del tabaco, para la exportación y el consumo nacional, a partir de la demanda del mercado y teniendo en cuenta las coberturas de materias primas disponibles.

3º) Proceso de Industria

La industria del tabaco enmarca la producción de tabaco torcido a mano y mecanizado, la elaboración de cigarrillos mecanizados, tanto para la exportación como para el consumo nacional. Para ello, se combina la excelencia de las mejores hojas de tabaco obtenidas del proceso agrícola y pre-industrial, con la experiencia y maestría de ligadores y operarios, y el arte manual de los torcedores, que permiten la creación de un puro de alta calidad y prestigio internacional.

El proceso de elaboración de tabaco torcido comienza con la compra, recepción y almacenamiento de la materia prima a utilizar procedente del proceso pre-industrial. Posteriormente, esta materia prima es trasladada a las diferentes áreas productivas en las que se transforma hasta llegar a ser un producto terminado listo para la venta.

4º) Proceso de Comercialización

La comercialización de los productos tabaqueros cubanos marca el final de la amplia cadena logística que concluye cuando los tabacos Premium, los hechos a máquina y los cigarrillos, todos fabricados bajo un amplio abanico de marcas y formatos que sellan la diferencia de sabores y aromas, llegan a las manos de los clientes más exigentes en Cuba y el mundo.

La comercialización del tabaco y los cigarrillos se realiza utilizando una amplia red de distribución en el mercado doméstico cubano y en el mundo entero, exceptuando el mercado de Estados Unidos al que no se puede acceder todavía como consecuencia del bloqueo económico y comercial que impone el gobierno de ese país. Esta comercialización internacional llega a más de 120 países a través de 27 compañías (24 operativas y 3 holdings).

En el caso de España, la cadena de valor de tabaco se caracteriza por ser significativa en términos productivos, sociales, económicos y posicionarse como una fuente de recursos fiscales para el Estado Nacional. Se enmarca dentro de una estructura social compuesta por una gran diversidad de actores y de procesos, donde se combinan actividades primarias con algunas industriales, y más tarde la venta al mercado local.

La actividad de distribución mayorista es la encargada de servir el producto manufacturado de la forma más eficiente posible a todos los puntos de la geografía nacional habilitados para la venta.

En la península, Baleares, Ceuta y Melilla solo está permitido el suministro de labores del tabaco a la red de expendierías o estancos. Los avances tecnológicos acaecidos en la última década han permitido automatizar y digitalizar todo el proceso logrando, además de un control absoluto sobre la ubicación del producto, una gran eficiencia y agilidad en este importante eslabón de la cadena de valor.

Descripción del entorno de la organización

Los mercados en los que operan cada una de las empresas del Grupo vienen recogidos en los Contratos de Distribución Exclusiva suscritos con una sociedad relacionada. La Jurisdicción que deben seguir son las específicas para el sector tabaquero, que de forma genérica son las siguientes:

- Regulaciones a la Publicidad y Consumo (espacios de consumo) de productos tabaqueros, incluyendo limitaciones a la exhibición del producto en el punto de venta.
- Regulaciones sobre el etiquetado o la imagen del envase del producto (advertencias sanitarias, envase genérico y otros).
- Regulaciones fiscales a los productos del tabaco (accisa del tabaco o impuesto específico).
- Regulaciones sobre la venta al por menor de productos tabaqueros (ejemplo, Ley del Estanco en el caso español).
- Regulaciones específicas y locales para productos tabaqueros (reporte de ingredientes, registro sanitario y otros).
- Regulaciones sobre trazabilidad en la venta de productos tabaqueros.

Desafíos e incertidumbres. Principales cuestiones sectoriales.

Una de las incertidumbres en la actividad de las empresas del Grupo Altabana reside en el suministro de producto por parte de su principal proveedor, en correspondencia con la demanda del mismo. El habano es un producto natural, existiendo actualmente una demanda creciente por productos de alto valor en las principales marcas, que la industria tabaquera cubana no consigue suministrar en correlación con la totalidad de la demanda, lo que podría llegar a impactar negativamente en los resultados futuros del Grupo. No obstante, la industria tabacalera cubana ha desarrollado un plan estratégico con el fin de mejorar la eficiencia y productividad.

La otra principal incertidumbre reside en el marco regulatorio, que se encuentra en permanente cambio en la industria del tabaco, y que puede darse en cualquiera de las regulaciones descritas en el punto anterior. La descripción de algunos cambios regulatorios que pudieran afectar a algunos países es la siguiente:

- Unión Europea: adaptación a la EUTPD 2 en materia de trazabilidad y seguridad de productos del tabaco, que entrará en vigor en 2024 para la industria del cigarro.
- Creación de un sistema de trazabilidad para 2024 para los países firmantes del Protocolo sobre control de productos de tabaco de la OMS.
- Endurecimiento de los impuestos específicos de productos de tabaco en países como Francia y países árabes del Consejo de Cooperación del Golfo.
- Legislación de envase genérico para productos de tabaco en países como Canadá, Rusia (en proyecto), Arabia Saudí (entró en 2019).

Tanto el aumento de impuestos específicos, como la legislación de envase genérico son aspectos con los que el Grupo Altabana ya ha lidiado anteriormente.

Asimismo, estas cuestiones (trazabilidad, envase genérico e impuestos específicos) presentan una importancia relativa significativa para las entidades que operan en el sector del tabaco. Existen asociaciones sectoriales, como la ECMA (*European Cigar Manufacturing Association*) en Europa, que defienden los intereses comunes para el sector, y donde empresas del Grupo Altabana pueden tomar parte.

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud declaró el brote de COVID 19 una pandemia, debido a su rápida propagación por el mundo, habiendo afectado a más de 190 países. La mayoría de los Gobiernos mundiales tomaron medidas restrictivas para contener la propagación. Esta situación está afectando de forma significativa a la economía global, debido a la interrupción o ralentización de las cadenas de suministro y el aumento significativo de la incertidumbre económica, evidenciado por una volatilidad en el precio de los activos, tipos de cambio y disminución de los tipos de interés a largo plazo.

El Grupo ha conseguido minimizar el impacto del COVID 19 a nivel de resultado presentando unos resultados al cierre del 2021 un 12,69% superiores al 2020, hemos sufrido un impacto elevado en cuanto a la cadena de suministros que ha supuesto la reducción de los inventarios en 24 millones de unidades lo que supone un 20%. Si la situación persiste en el tiempo es previsible que se puedan ver afectados los resultados, sin poder realizar una estimación fiable, dada la incertidumbre actual.

Objetivos estratégicos

Como principal objetivo estratégico figura la consolidación del liderazgo de los productos comercializados por las empresas del Grupo en el mercado del tabaco premium mundial, con un modelo de negocio basado en ofrecer experiencias premium únicas y diferenciales a los consumidores, incrementando la rentabilidad para los accionistas y asegurando la sostenibilidad del negocio a largo plazo. La consecución de este objetivo global comprende los siguientes ámbitos de trabajo:

- Un modelo de negocio basado en ofrecer experiencias premium únicas y diferenciales, construidas sobre cuatro elementos:
 - Comercialización de marcas únicas y legendarias, sinónimo de tradición, lujo y exclusividad.
 - Productos que se distinguen por su calidad y consistencia y que, al mismo tiempo, son capaces de adaptarse a las necesidades de estilo de vida de los fumadores y marcar tendencia innovando a través de nuevos conceptos limitados y exclusivos.
 - Servicio premium especializado, acorde a la categoría de los productos y marcas, y a la altura de la experiencia y conocimiento de los clientes y consumidores.
 - Generar eventos, actividades y, en general, experiencias que permitan a los clientes y consumidores disfrutar de los productos, como ejemplos de lujo y exclusividad, continuando haciendo de la cultura del habano un fenómeno global, y conocido en todo el mundo.

- Sostenibilidad del negocio a largo plazo:
 - Velando por las marcas, su uso, aplicación y reputación en todos los mercados sometidos a las regulaciones más estrictas y, al mismo tiempo, buscando vías de optimizar el conocimiento y presencia de nuestras marcas en la mente de los consumidores.
 - Garantizando la calidad de los productos y procesos.
 - Supervisando y garantizando la constante adaptación de los productos a las regulaciones de cada mercado sobre la presentación e información (ingredientes) de productos tabaqueros.
 - Fortaleciendo el control de las ventas y el de las ventas de los clientes. Implementando, además, códigos internos de buenas prácticas en diferentes ámbitos de la operativa del Grupo.
 - Incrementando el conocimiento de las iniciativas y productos de los competidores de otros orígenes, tanto a nivel de fabricantes y marcas, así como de asociaciones que los agrupen.
 - Continuando con el desarrollo de planes integrales de actuación en mercados en los que los productos del grupo tienen poca o nula presencia, con especial atención a China.

2. PRINCIPALES RIESGOS.

Altabana cuenta con un sistema de gestión de riesgos promovido por el Consejo de Administración y la Alta Dirección con el objetivo de conocer y controlar todos los posibles riesgos a los que se expone el Grupo, y establecer medidas de respuesta con el objetivo de minimizarlos en la mayor medida posible. Los principales riesgos de las empresas integrantes del Grupo Altabana inherentes a su actividad, así como los mecanismos de control y de mitigación establecidos por la Dirección del Grupo se relacionan a continuación:

1) Riesgo de tipo de cambio.

Ocasionado como consecuencia de la presencia del Grupo en distintos países con monedas funcionales distintas. No es política general del Grupo, la suscripción de instrumentos financieros que puedan ser relevantes y que puedan afectar a la valoración de sus activos, pasivos, situación financiera y resultado. Ocasionalmente, el Grupo utiliza determinados instrumentos derivados para cubrir variaciones en la divisa.

2) Riesgo de precios.

El Grupo no está expuesto a riesgo de precio de títulos de deuda ni de capital puesto que no mantiene activos financieros cotizados. Para las transacciones puramente comerciales, la Dirección del Grupo mitiga este riesgo a través de las cláusulas establecidas y cerradas en los distintos contratos que formaliza con sus clientes y proveedores.

3) Riesgo de crédito.

El riesgo de crédito se gestiona por grupos. El riesgo de crédito surge de efectivo y equivalentes al efectivo, instrumentos financieros derivados y depósitos con bancos e instituciones financieras, así como de clientes, incluyendo cuentas a cobrar pendientes y transacciones comprometidas. En relación con los bancos e instituciones financieras, únicamente se aceptan entidades de máximo prestigio. Si a los clientes se les ha calificado de forma independiente, entonces se utilizan dichas calificaciones. En caso contrario, si no hay una calificación independiente, el control de crédito evalúa la calidad crediticia del cliente, teniendo en cuenta su posición financiera, la experiencia pasada y otros factores. Los límites individuales de crédito se establecen en función de las calificaciones internas y externas de acuerdo con los límites fijados por el Consejo. Regularmente, se hace un seguimiento de la utilización de los límites de crédito.

4) Riesgo de liquidez.

Una gestión prudente del riesgo de liquidez implica el mantenimiento de efectivo suficiente, la disponibilidad de financiación mediante un importe suficiente de facilidades de crédito comprometidas y tener capacidad para liquidar posiciones de mercado. Dado el carácter dinámico de los negocios subyacentes, el Departamento de Tesorería de cada sociedad tiene como objetivo mantener la flexibilidad en la financiación mediante la disponibilidad de líneas de crédito comprometidas.

La Dirección del Grupo realiza un seguimiento de las previsiones de la reserva de liquidez de las sociedades que conforman el Grupo (que comprende las disponibilidades de crédito y el efectivo y equivalentes al efectivo en función de los flujos de efectivo esperados no habiéndose puesto de manifiesto riesgos a este respecto). Normalmente, este proceso se lleva a cabo a nivel de las entidades operativas del grupo, conforme a las prácticas y límites establecidos por éste.

5) Riesgo de aprovisionamiento, falsificación y competencia.

Riesgo relativo al aprovisionamiento, falsificación y competencia. Se revisa por los departamentos de planificación y de compras de cada una de las filiales en base a la información de pedidos solicitada del área comercial. A continuación, se muestra una relación de los riesgos principales y las medidas que se toman para amortiguarlos.

1. Insatisfacción de la demanda en productos de alto valor. Para medir el impacto, se realizan comparaciones entre el pedido anual de compra a Habanos y el real entregado en el mismo periodo. Para mitigar el impacto, la red de distribución asegura una cobertura suficiente de inventarios, se apoya a las Marcas Globales con mayor visibilidad en punto de venta y acciones de formación. Solicitud de acciones locales de reenvase para mitigar déficit de especialidades.

2. Roturas de stock en nuevos productos. Para evaluar el impacto, se realizan comparaciones entre el pedido anual de compra a Habanos, el real entregado en el mismo periodo, además de la evaluación de los pedidos recibidos por parte de los clientes de las empresas del Grupo. Con ánimo de reducir el impacto, se planifican los lanzamientos de nuevos productos con la cantidad mínima requerida para los principales clientes.
3. Inventarios desequilibrados en la red de distribución de Altabana. Para evaluar el impacto, se realiza un análisis de la cobertura de ventas (rotación en meses) del inventario por referencia de venta. Para mitigar el impacto, se realiza una solicitud de compra anual según objetivos de inventario por referencia.
4. Defectos de Calidad en el producto, que no se detecte en el Control de Calidad de los Distribuidores de Altabana. Se lleva un control a través de la medición de las reclamaciones de los clientes. Como medida atenuadora del impacto, se realizan controles de calidad exhaustivos, especialmente a los productos de mayor valor, tanto en origen (Habanos, S.A.), como en destino (Grupo Altabana).
5. Entradas de mercado paralelo con producto original. Para evaluar el impacto, se lleva un seguimiento y control tratando de detectar la venta de producto no importado por el distribuidor en puntos de venta y seguimiento de páginas de venta on-line de tabaco premium.
6. Competencia agresiva en otros orígenes de cigarros premium:
 - Segmento bajo: mucha oferta con muy buena relación precio / formatos / presentación
 - Presencia cada vez mayor en segmento premium y en especialidades de alto valor.
 - Propuestas muy innovadoras en la competencia.

Para medir el impacto, se realiza un seguimiento de la competencia de otros orígenes a través de informes de mercado elaborados internamente y también por la Fuerza de Ventas. Para mitigar el impacto, se identifican acciones de promoción y visibilidad en punto de venta (en base a la regulación local) para fortalecer la oferta ante acciones agresivas de la competencia.

7. Nicaragua: origen consolidado y con un volumen de producción creciente año tras año. Para medir el impacto, se realiza el seguimiento de la competencia de origen nicaragüense por la Fuerza de Ventas. Para mitigar el impacto, se identifican acciones de promoción y visibilidad en punto de venta (en base a la regulación local) para fortalecer la oferta ante acciones agresivas del origen nicaragüense.
8. Falsificación de alta calidad. Para evaluar el impacto, se trabaja en la detección de venta de producto falso en puntos de venta y en foros de redes sociales de consumidores. Y para mitigar el impacto, se busca concienciar al consumidor sobre la importancia del producto auténtico, y facilitar la detección con el sistema de autenticidad del Grupo. Asimismo, tanto en origen (Habanos, S.A.) como en destino (Grupo Altabana) se incorporan medidas de seguridad que aportan legitimidad al producto.

6) Riesgo de actividades de I+D.

Se analizan los gastos incurridos para la investigación y desarrollo de nuevos productos y se evalúa el riesgo de este tipo de gasto con las instalaciones, la propiedad de intangibles y la operativa relacionada con el pago de royalties. Se revisa también, quién asume los costes de publicidad y lanzamiento de los nuevos productos.

7) Riesgos ambientales.

La actividad que desarrollan las empresas integrantes del grupo Altabana tiene poca incidencia medioambiental, ya que dichas empresas no tienen procesos de fabricación, siendo los productos transportados por operadores logísticos independientes del grupo. Por tanto, no se considera que exista un riesgo potencial en aspectos ambientales.

8) Riesgos propios del sector.

Alguno de ellos, ya han sido citados en el apartado anterior, pero cabe señalar que la industria tabaquera está sujeta a unos impuestos, unas regulaciones y unas restricciones específicas y significativas con respecto al desarrollo, venta, distribución, marketing y publicidad de cigarros. Por consiguiente, en varios países, las presiones sobre la industria tabaquera han llevado, y pueden llevar, a un endurecimiento de la normativa sobre el tabaco. A continuación, se hace una breve descripción de las mismas:

1. Regulaciones sobre trazabilidad en la venta de productos tabaqueros-

La Directiva 2014/40/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de abril de 2014, sobre la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la fabricación, presentación y venta de tabaco, y productos relacionados (EUTPD) establece el Marco para que los estados miembros regulen el tabaco, en vigor desde el 20 de mayo de 2016.

La EUTPD se someterá a revisión en los próximos meses. La DG SANTE ha encomendado a ICF (Consultores externos) que lleve a cabo un estudio sobre la Directiva y se espera la decisión este año.

La EUTPD introdujo cambios, principalmente, en relación con la presentación y el etiquetado del tabaco. Sin embargo, el mayor desafío para el futuro cercano, debido a esta directiva, es el “*track & trace*” y las “características de seguridad” en las presentaciones de tabaco. Todos los requisitos derivados del sistema de trazabilidad vencen en mayo de 2024.

2. Regulaciones sobre el etiquetado o la imagen del envase del producto-

El envase genérico dificulta la comunicación y la promoción de productos.

El 29 de abril de 2010, el gobierno australiano anunció que introduciría el envase genérico obligatorio para los productos de tabaco como parte de una estrategia integral con el fin de reducir las tasas de tabaquismo en Australia.

La Ley de Empaquetado Sencillo del Tabaco fue aprobada por el Parlamento australiano en noviembre de 2011, y recibió el Acuerdo Real en diciembre del mismo año. Todos los productos de tabaco vendidos en Australia deben cumplir con esa legislación desde diciembre de 2012. La legislación prohíbe el uso de logotipos y marcas, imágenes, símbolos, colores, y textos promocionales sobre productos de tabaco y envases de productos de tabaco. El envase debe ser de color marrón oscuro estándar y en acabado mate. Los paquetes se distinguen por la marca y el nombre del producto impresos en un color, posición, tamaño de fuente y estilo estándar. Se requieren advertencias sanitarias gráficas en el 75% del frente y en el 90% de la parte posterior de los envases de tabaco.

Conforme a la normativa australiana, otros territorios han decidido aplicar también el envase genérico a los productos de tabaco. Tailandia, Bélgica, Eslovenia, el Reino Unido y Francia aplican el envase genérico sólo a FMC y RYO, estos territorios están excluidos de esta medida reguladora. Irlanda, Nueva Zelanda, Arabia Saudí y Canadá aplican envase genérico a todas las categorías de tabaco. Otros territorios como Singapur e Israel están implementando estas medidas.

Para mitigar el posible impacto, se trabaja para anticiparse a la adaptación de las legislaciones y regulaciones, coordinando con los clientes y el retail, tales posibles adaptaciones.

3. Regulaciones fiscales a los productos del tabaco-

En la mayoría de los mercados, los cigarrillos soportan un tipo más bajo que FMC o incluso RYO. Se debe principalmente a su mayor coste y prevalencia (menor base para los consumidores).

Hay varios elementos que determinan cómo se aplican los impuestos en los cigarrillos, siendo los más importantes (sin tratarse de una selección exhaustiva, sabiendo que los países pueden optar por aplicar una combinación de diferentes elementos): (i) la capa o envoltorio, (ii) el peso, (iii) el tamaño.

La Directiva 2011/64 UE del Consejo de la UE, de 21 de junio del 2011, sobre la estructura y los tipos de impuestos especiales aplicados al tabaco elaborado se está revisando y podría cambiar en un futuro próximo.

9) Riesgos ocasionados por la pandemia de COVID 19.

Como ya hemos citado, esta circunstancia está teniendo y va a tener efectos significativos en la actividad económica mundial. Ante la misma el Grupo ha establecido y comunicado a todos los miembros de la organización, las recomendaciones y normas de actuación adaptadas por cada uno de los países en los que tiene presencia en relación a la actuación frente a la pandemia.

Bajo la coordinación de la dirección del Grupo, la dirección de cada una de sus sociedades ha realizado un fuerte trabajo durante este año para minimizar los impactos y afectaciones de la pandemia.

Se establecieron diferentes áreas en las que era necesario trabajar, teniendo en cuenta todos los ámbitos del negocio que se podían ver afectados y teniendo en cuenta las regulaciones establecidas por cada país.

El primero de todos fue el relacionado con la salud y seguridad de las personas. A continuación, se muestran algunas de las medidas tomadas a este respecto:

1. Se estableció el uso de medidas de protección sanitaria en todos los puestos de trabajo y puntos comerciales.
2. Maximizar el uso del teletrabajo.
3. En los puestos de trabajo en los que no era factible realizar teletrabajo se establecieron turnos por equipos que trabajaban en días distintos para minimizar la propagación del virus.
4. En los puntos de venta al público que permanecieron abiertos, se tomaron medidas como tomar la temperatura de los clientes, reducir el horario, se establecieron aforos para asegurar la distancia entre los clientes, se prohibió el acceso a los walking humidors y el uso obligatorio de mascarillas entre otras.

El segundo de todos fue el relacionado con las áreas comerciales. A continuación, se muestran algunas de las medidas tomadas a este respecto.

1. Se creó un programa de apoyo a la industria y a los minoristas para:
 - a. Proporcionar a los minoristas canales de comunicación digital para compartir sus actualizaciones con los clientes.
 - b. Brindar apoyo y relacionarse con profesionales del negocio del cigarro.
 - c. Ofrecer a los clientes servicios online especializados que les ayuden a desarrollar su propia experiencia digital.
 - d. Animar a los clientes a iniciar la venta online o la venta para llevar, brindándoles promociones especiales y soporte de comunicación.

El tercer ámbito de trabajo es el financiero y logístico. En el que se aplicaron las siguientes medidas principalmente:

1. Flexibilización de los periodos de pago y cobro, principalmente se aplicó en el canal dutty free que tuvo unos meses con un impacto muy alto. Aunque estaba disponible para el resto de cliente no hizo falta utilizarlo.
2. Se adaptó la logística tradicional de envíos aéreos y pasamos a un sistema de envío marítimo que funcionó con muy buenos resultados.

Además de los temas anteriormente mencionados se siguen analizando cuestiones relacionadas con la continuidad del negocio, planes de liquidez, con la cadena de suministro, la movilidad de los empleados y reporting financiero, que son las principales áreas sobre las que se está actuando. Dependiendo de cómo evolucione el negocio, la dirección del Grupo rediseñará la planificación inicialmente realizada junto con el establecimiento de procedimientos complementarios a los existentes, con ánimo de adaptarse a la realidad económica.

3. ANALISIS DE MATERIALIDAD.

Para realizar el mismo nos hemos basado en un análisis documental, tanto de todos los documentos y políticas internas como de algunos documentos de la competencia. Además, se ha revisado que ningún asunto relevante acontecido en el año, derivado tanto de un cambio normativo como de tendencias locales y globales, o nuevos requerimientos de información por parte de los principales grupos de interés quedase fuera del ámbito de reporte.

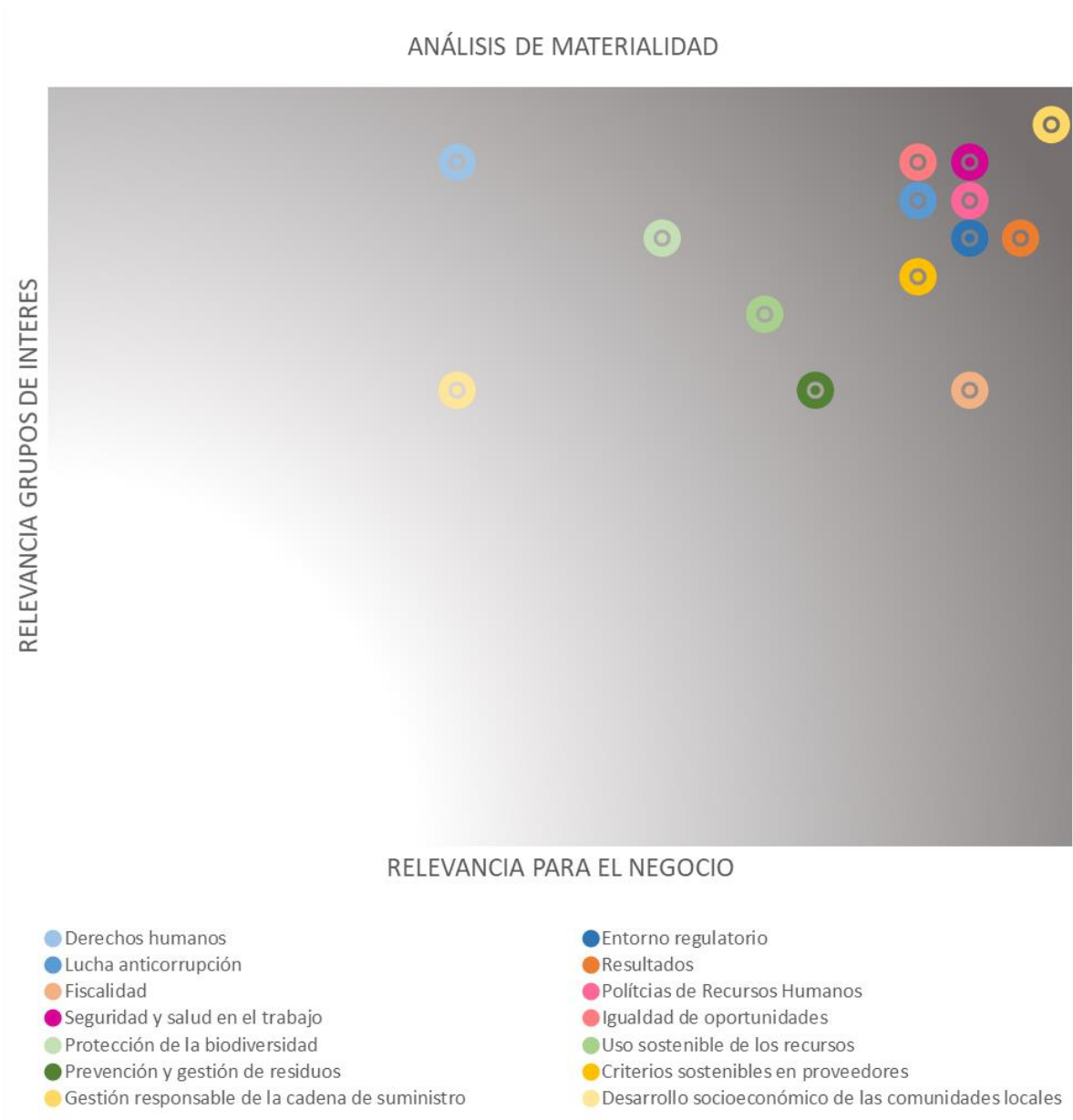
Mediante el análisis de materialidad, la compañía identifica y prioriza los asuntos ambientales, sociales y de buen gobierno relevantes para el Grupo empresarial y sus Grupos de interés, de manera que el presente informe del estado de información no financiera se estructura con ese fin respecto a estos asuntos. Además, dicho análisis permite al grupo alinear la estrategia y forma de actuación con las demandas de sus Grupos de interés.

Todas aquellas personas o colectivos que mantienen una relación con el Grupo, ejerciendo su influencia sobre las actividades, decisiones y sistemas de gestión, son considerados como Grupos de interés por la compañía. De esta forma, el Grupo ha definido como sus principales Grupos de Interés a sus accionistas e inversores, clientes, empleados y proveedores.

Para preparar el análisis de materialidad se agruparon los temas que tuvieron una mayor importancia en áreas temáticas, a continuación, se muestra una tabla con los temas y áreas temáticas que se analizan en la matriz de materialidad.

Áreas temáticas	Temas
Ética y cumplimiento normativo	Derechos humanos
	Entorno regulatorio
	Lucha anticorrupción
Económica y Transparencia Fiscal	Resultados
	Fiscalidad
Capital Humano	Políticas de Recursos Humanos
	Seguridad y salud en el trabajo
	Igualdad de oportunidades
Medio Ambiental	Protección de la biodiversidad
	Uso sostenible de los recursos
	Prevención y gestión de residuos
Cadena de suministro	Criterios sostenibles en proveedores
	Gestión responsable de la cadena de suministro
	Desarrollo socioeconómico de las comunidades locales

A continuación, se detalla la matriz de materialidad de la compañía en 2021, que determina la relevancia para los grupos de interés y/o para el negocio de los asuntos identificados.



La matriz revela unos resultados muy similares al del ejercicio anterior, siendo las modificaciones más relevantes el incremento en la relevancia de la gestión de la cadena de suministro debido al déficit en las entregas de producto y una ligera atenuación de la seguridad y salud en el trabajo debido a que empezamos a salir de la crisis del COVID 19.

4. PROCEDIMIENTOS DE DILIGENCIA DEBIDA. INTEGRIDAD, LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO.

El Grupo Altabana cuenta con un Código Ético o de comportamiento que establece los valores y los principios fundamentales por los que se rige la compañía y al que se encuentran sujetos todos los empleados, directivos y miembros del Consejo de Administración, así como las sociedades dependientes. El funcionamiento incorrecto de los sistemas internos de *compliance* supone un riesgo legal y reputacional y puede conllevar responsabilidades civiles y penales para los administradores. El Código de conducta establece las normas de comportamiento responsable que todos los trabajadores deben cumplir y está diseñado para que todos los trabajadores estén a la altura de estos comportamientos.

Se considera que el Código Ético es el mejor instrumento para poner en práctica una política de cumplimiento aplicada a todos los niveles de la compañía. Este constituye una herramienta fundamental para garantizar la sostenibilidad a largo plazo y mantener el éxito de la compañía. El objetivo principal es garantizar que todas las actividades se desarrollen con la máxima integridad.

El código de conducta de la compañía se divide en tres secciones principales:

- Integridad Empresarial

El desarrollo de las actividades comerciales con integridad servirá de apoyo al crecimiento sostenible del negocio.

Existe un compromiso para comportarse de forma honesta, equitativa y en base a la legalidad con todos los que mantenemos relaciones comerciales. En esta sección se incluyen aspectos relacionados con el blanqueo de dinero, medidas anticorrupción y soborno, compromisos políticos etc.

- Práctica Comercial Responsable

Se debe garantizar una práctica comercial honesta y responsable cuando se gestionan las actividades comerciales del grupo.

Un buen comportamiento corporativo y personal es fundamental cuando se trabaja con los activos, registros e información de la compañía.

En esta sección se incluyen apartados como: Propiedad intelectual, información sensible, protección de datos etc.

- Confianza, Respeto y Responsabilidad

Las actividades comerciales afectan, directa e indirectamente, a comunidades y sociedades de todo el mundo. Existe un compromiso de crear un entorno de trabajo que promueva la integridad, el trabajo en equipo, la diversidad y la confianza.

En esta sección se incluye todo lo referente a derechos humanos, responsabilidades medioambientales, políticas contra la discriminación y el acoso etc.

La compañía ha implementado un modelo de prevención de delitos con el objetivo de establecer los procedimientos y políticas internas de control más adecuadas para prevenir la comisión de actos contrarios a la legalidad. También se ha implementado en todas las jurisdicciones en las que opera un Programa Antifraude y de lucha contra la corrupción.

El modelo de ética y cumplimiento del Grupo Altabana, que está liderado por el Consejo de Administración de la empresa, tiene como propósito implementar los comportamientos que hacen realidad los valores del grupo, incluyendo la prevención y erradicación de aquellos vinculados a litigios penales. Todos los trabajadores de Grupo Altabana, tienen a su disposición el Código de Comportamiento de la compañía.

Las principales políticas a que hace referencia el Código de Conducta, agrupados por las distintas dimensiones empresariales del grupo son:

1) Política de diversidad.

Crear un entorno de trabajo que permite la igualdad de oportunidades de forma que el personal trabaje en condiciones justas, seguras y en cumplimiento de la legislación y normativa laboral vigentes.

Se trabaja adecuadamente con comités de empresa, sindicatos y asociaciones de trabajadores en los países en los que existen.

Se demuestra respeto por los demás por el valor que aportan, independientemente de su cultura, creencias y estilos de vida.

2) Política en relación con la cadena de suministro.

Seguir nuestros procesos de abastecimiento establecidos.

Obrar con la debida cautela cuando seleccionemos proveedores para asegurar que sus prácticas no dañarán de ninguna manera nuestra reputación.

Garantizar que los contratos con los proveedores incorporen los principios del Código de Conducta.

Animar y apoyar a todos los proveedores a que adopten las normas adecuadas.

Tratar a los proveedores y socios comerciales con justicia e integridad.

3) Política en materia laboral.

Respetar los derechos humanos como norma esencial. Usar los medios de comunicación sociales de forma responsable. Valorar la diversidad y la inclusión e impedir el acoso, así como promover lugares de trabajo, seguros y saludables.

4) Política en materia de derechos humanos.

Impulsar la salud, seguridad, dignidad y bienestar de nuestro personal. Seguir nuestras orientaciones y prácticas en materia de empleo. Considerar los derechos humanos dentro del potencial de nuevas inversiones y asociaciones. Trabajar con los proveedores para mejorar las normas de la cadena de suministro.

5) Política en materia de lucha contra la corrupción y el soborno.

El cumplimiento de la legislación contra el soborno y la corrupción es obligatorio, independientemente del lugar en el que se realizan actividades comerciales, y algunas de esas leyes pueden aplicarse en todos los países.

La infracción de la legislación contra el soborno y la corrupción es un delito grave para las personas y empresas implicadas y puede incluir penas de prisión y en sanciones económicas de enorme cuantía.

Las actuaciones a realizar por el Grupo son:

- Prestar atención a las «señales de alarma» que indican que podría existir un riesgo de corrupción.
- Tener especial cuidado en mercados en los que puede haber mayor riesgo de corrupción.
- Ser especialmente cuidadosos en el trato con funcionarios del gobierno.
- Garantizar que los consultores que trabajan por nuestra cuenta han sido sometidos a comprobaciones de diligencia debida, han sido aprobados formalmente y están obligados por contrato a cumplir nuestras normas.
- Oponerse activamente al uso de sobornos o incentivos en los mercados.
- Informar sobre solicitudes o peticiones de pagos que posiblemente sean corruptos.

5. INDICADORES DE GOBIERNO CORPORATIVO.

Altabana está gestionada por un Consejo de Administración compuesto por doce miembros, de los cuales la mitad son ejecutivos del Grupo y la otra mitad está compuesta por consejeros dominicales. Del total de miembros del Consejo dos son mujeres.

Los miembros del Consejo no perciben retribución alguna por su condición de consejeros, y todos ellos han asumido el Código de Conducta aprobado, que se integra dentro de los Códigos y Procedimientos internos de Altabana, y contiene los principios éticos que deben presidir la actuación de los consejeros y los deberes a cuyo cumplimiento se comprometen por su pertenencia a dicho órgano desde el momento de aceptación del cargo.

Los consejeros cumplen con los deberes y obligaciones inherentes a su cargo que se hallan previstos en la Ley y en los Estatutos Sociales incluyendo, además, los siguientes:

- a) Deber de diligente administración, desempeñando su cargo con la diligencia de un ordenado empresario y dedicando a su función, el tiempo y el esfuerzo necesarios para desempeñarlo con eficacia, estando obligado a asistir a las reuniones de los que sean miembros, salvo por causas justificadas, participando en las deliberaciones y discusiones que se susciten.
- b) Información, respecto sobre los puntos del Orden del Día de cada sesión y/o de las tareas que tengan asignadas en el seno del Consejo.
- c) Independencia, expresando claramente su oposición cuando consideren que alguna propuesta, puede ser contraria al interés social de la sociedad.

Resulta esencial para la sociedad el control y seguimiento de las sociedades participadas integrantes del Grupo Altabana, de forma que los consejeros nombrados en éstas, dentro de las funciones que tienen encomendadas, realicen una gestión efectiva de las mismas para velar por los intereses del Grupo. En particular, son obligaciones de los consejeros:

- a) *Participar activamente* en la gestión de las Sociedades, desempeñando las funciones que en el seno de las mismas le hayan sido encomendadas y velando por los intereses del Grupo.
- b) *Instar la convocatoria del órgano de Administración* del que formen parte cuando lo estimen pertinente, o la inclusión en el Orden del Día de aquellos extremos que consideren convenientes
- c) *Asistir personalmente* a las sesiones del Consejo u órgano directivo del que formen parte y, cuando excepcionalmente no puedan hacerlo, procurarán que la representación que confieran a favor de otro miembro del Grupo incluya, en la medida de lo posible, las oportunas instrucciones.
- d) *Recabar cuanta información* sea precisa o necesaria para la asistencia a las reuniones del Consejo, haciendo las salvedades oportunas cuando la misma no le sea facilitada o encuentre cualquier obstrucción por parte de la Sociedad en la que actué como consejero a la información que sea requerida.
- e) *Velar para que las intervenciones* que en su caso se realicen en el seno de los órganos colegiados queden oportunamente reflejadas en las Actas de las reuniones. Haciéndose las aclaraciones oportunas en caso de omisión o error en las mismas.
- f) *Impulsar la investigación de cualquier irregularidad* en la gestión de la Sociedad de la que formen parte de la que haya podido tener noticia y procurar la adopción de medidas adecuadas de control sobre cualquier situación de riesgo

Atención especial se dedica en el Código de Conducta del Consejo de Administración de Altabana, S.L. y sociedades participadas a los temas de confidencialidad y conflicto de intereses.

Los consejeros, deben utilizar la información que sea de su conocimiento, en virtud de las actividades que desempeñan (“la Información Confidencial”), de manera confidencial y reservada, debiéndose abstener, en todo momento, de obtener o recibir beneficios personales mediante su uso o divulgación. Deben guardar completa discreción y cuidado en su manejo, siendo responsables de la misma.

Asimismo, los consejeros no pueden utilizar el nombre de la sociedad y/o de las sociedades participadas ni invocar su condición de consejeros, para la realización de operaciones por cuenta propia o de personas a ellos vinculadas. Por lo mismo, ningún consejero puede realizar en beneficio propio o de personas o entidades a él vinculadas, cualesquiera operaciones sobre los activos o pasivos de la sociedad de las que haya tenido conocimiento con ocasión del ejercicio de su cargo.

Los consejeros deben comunicar al secretario del Consejo de Administración cualquier situación de conflicto, directo o indirecto, que pudieran tener con el interés de la sociedad.

En cuanto al seguimiento de las reuniones del Consejo de Administración, se haya establecido un sistema por el cual el secretario remite un borrador del Acta para la consideración y comentarios, en su caso, de todos los Consejeros, con un plazo fijado, transcurrido el cual, el Acta del Consejo de Administración se considera cerrada, siendo diligenciada por el secretario para su firma por el presidente con ocasión de la siguiente reunión del Consejo.

El seguimiento de cualesquiera acuerdos que se adopten en el seno de las sociedades participadas tiene carácter esencial para el correcto funcionamiento del Grupo Altabana y los reportes que sus socios puedan requerir.

A continuación, se presenta la tabla resumen con la información de gobierno corporativo correspondiente al ejercicio 2021:

ALTABANA, S.L. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
Estado de Información No Financiera del ejercicio

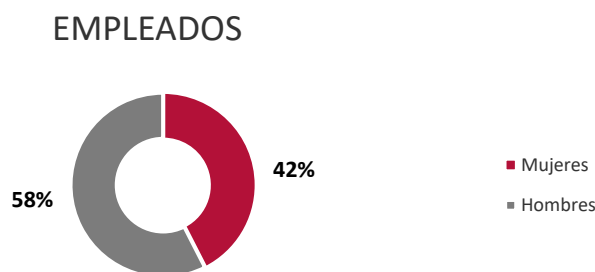
DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN	PRESENTACIÓN Y CONSIDERACIONES	DATOS DEL INDICE
Consejeros	Miembros del Consejo de Administración	Número total de consejeros	12
Consejeros independientes	Miembros del Consejo de Administración del tipo independiente	Se considerarán a los consejeros Independientes, externos, no ejecutivos, ni dominicales	1
Consejeros en material de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	Consejeros independientes con responsabilidad específica en materia de RSC	Se considerarán a los consejeros Independientes, externos, no ejecutivos, ni dominicales	1
Comisión ejecutiva	Consejeros con responsabilidad específica sobre la estrategia de la entidad	Número de miembros de la Comisión Ejecutiva o Delegada	1
Comité de auditoría	Consejeros con responsabilidad específica en materia de control económico y financiero	Número de miembros del Comité de Auditoría responsable de servir de canal de comunicación entre el Consejo de Administración y los auditores internos y externos, así como evaluar el nivel de riesgo de la entidad, sea cual sea su naturaleza.	1
Comisión de nombramientos	Consejeros con responsabilidad específica en materia de composición del Consejo	Número de miembros de la Comisión de nombramientos	2
Reuniones del Consejo	Reuniones mantenidas en el ejercicio	Número de reuniones mantenidas por el Consejo durante el ejercicio	6
Remuneración total del Consejo	Retribuciones de los consejeros	Suma de las retribuciones devengadas a los miembros del Consejo en el ejercicio.	0
Diversidad de género en el Consejo	Mujeres miembros del Consejo	Número de mujeres miembros del Consejo	2
Corrupción y soborno	Casos de corrupción y soborno en el Consejo	Número de incidentes por casos de corrupción y soborno en el seno del Consejo en el ejercicio	0

6. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL.

Empleados.

El Grupo Altabana cuenta con una plantilla de 880 empleados al cierre del ejercicio de 2021, distribuidos en 26 países. De los trabajadores que trabajan en Altabana, el 50,4% desempeña su labor en Europa y el 30,6% en Asia. Prácticamente el total de los empleados (879) gozan de un contrato indefinido lo que muestra una gran estabilidad laboral por parte del Grupo.

Somos una compañía comprometida con la igualdad de oportunidades laborales. La presencia de mujeres en nuestra plantilla alcanza el 42,4% de la plantilla total a cierre del ejercicio 2021, siendo la representación de la mujer en los puestos de Alta Dirección de un 23,76% a nivel de grupo.



Igualdad de oportunidades.

Altabana apuesta por una política de igualdad de oportunidades en la selección, formación, remuneración, promoción y desarrollo profesional de todo su equipo, promoviendo un entorno en el que se fomenta la inclusión y la no discriminación. El crecimiento y desarrollo continuo del equipo humano que forma Altabana constituye el motor principal del éxito del Grupo.

Para hacer efectiva la igualdad entre géneros, el Grupo controla y publicita de forma adecuada los procesos de selección, promoción y formación laboral, y promueve, además, la igualdad salarial en trabajos de igual valor. Los planes de igualdad implantados a lo largo de los años en el Grupo han fomentado una cultura de igualdad y conciliación en todos los niveles de la organización, recogiendo medidas de conciliación e igualdad de oportunidades y garantizando su difusión a través de los canales de comunicación interna.

Evolución del empleo.

En términos comparables con las 855 personas que formaban la plantilla del Grupo en el ejercicio 2020 anterior, este se ha ampliado en un 3% ganando 25 puestos netos de trabajo. Este año se recupera la tendencia de seguir generando nuevos puestos de trabajo conforme se genere la necesidad por la evolución del negocio.

ALTABANA, S.L. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
Estado de Información No Financiera del ejercicio

A continuación, se presenta la tabla resumen con la información del personal:

DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN	PRESENTACIÓN Y CONSIDERACIONES	DATOS DEL INDICE
Empleados	Empleados con contrato	Número de personas con contrato al final del ejercicio	880
Diversidad de género de empleados	Mujeres con contrato	Número de mujeres con contrato al final del ejercicio	374
Puestos de alta dirección	Personas con contrato laboral, en puestos de alta dirección	Número de personas con puestos en la alta dirección	49
Diversidad de género en la alta dirección	Mujeres con contrato en puestos de alta dirección	Número de mujeres en puestos de alta dirección	13
Estabilidad laboral	Empleados con contrato indefinido	Número de empleados con contrato indefinido en vigor al final del ejercicio.	879
Riesgo laboral	Empleados que participan en actividades laborales consideradas de alto riesgo	Número de empleados que participan en actividades laborales consideradas de alto riesgo por los accidentes o enfermedades profesionales potenciales	88
Absentismo	Días perdidos por cualquier causa	Número de días perdidos como consecuencia de accidentes y enfermedades de todo tipo, (profesionales o no), o cualquier otra razón o circunstancia, por la totalidad de los empleados durante el ejercicio.	298 por COVID 107 por accidentes laborales
Creación neta de empleo	Creación o destrucción de empleo	Número de contratos nuevos (número de jubilaciones + número de bajas voluntarias + número de despidos)	+25
Formación de empleados	Formación de empleados	Número total de horas de formación recibidas por los empleados durante el año.	3216

Tabla de empleados del grupo detallada por categoría y género.

TOTAL EMPLEADOS GRUPO A NIVEL INTERNACIONAL

NUMERO TOTAL DE EMPLEADOS	Hombres	Mujeres	Minusválidos 33% o más	TOTAL
CATEGORIA	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
Director	1	0	0	1
Directores/Gerentes Generales	35	13	0	48
Otros directores	42	12	0	54
Científicos y personal de apoyo	3	4	0	7
Administrativos	74	69	0	143
Comerciales	257	206	0	463
Otro personal cualificado	63	54	0	117
Personal no cualificado	31	16	0	47
TOTAL DE EMPLEADOS	506	374	0	880

ALTABANA, S.L. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
Estado de Información No Financiera del ejercicio

TOTAL EUROPA (*)

NUMERO TOTAL DE EMPLEADOS	Hombres	Mujeres	Minusválidos 33% o más	TOTAL
CATEGORIA	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
Directores/Gerentes Generales	16	5	0	21
Otros directores	18	9	0	27
Científicos y personal de apoyo	1	2	0	3
Administrativos	35	34	0	69
Comerciales	106	83	0	189
Otro personal cualificado	58	53	0	111
Personal no cualificado	14	8	0	22
TOTAL DE EMPLEADOS	248	194	0	442

*España, Francia, Alemania, Bélgica, Andorra, Bulgaria, Rusia, Suiza, Reino Unido, Suecia, Italia, Portugal.

TOTAL AMERICA (*)

NUMERO TOTAL DE EMPLEADOS	Hombres	Mujeres	Minusválidos 33% o más	TOTAL
CATEGORIA	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
Directores/Gerentes Generales	1	2	0	3
Otros directores	9	0	0	9
Científicos y profesionales apoyo	0	0	0	0
Administrativos	2	4	0	6
Comerciales	7	5	0	12
Otro personal cualificado	4	1	0	5
Personal no cualificado	2	1	0	3
TOTAL DE EMPLEADOS	25	13	0	38

*Cuba, Argentina, Canadá, República Dominicana.

ALTABANA, S.L. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
Estado de Información No Financiera del ejercicio

TOTAL ASIA PACIFICO

NUMERO TOTAL DE EMPLEADOS	Hombres	Mujeres	Minusválidos 33% o más	TOTAL
CATEGORIA	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
Director	1	0	0	1
Directores/Gerentes Generales	14	6	0	20
Otros directores	2	2	0	4
Científicos y personal apoyo	0	0	0	0
Administrativos	31	20	0	51
Comerciales	93	95	0	188
Otro personal cualificado	0	0	0	0
Personal no cualificado	0	0	0	0
TOTAL DE EMPLEADOS	141	123	0	264

TOTAL MEDIO ORIENTE Y AFRICA

NUMERO TOTAL DE EMPLEADOS	Hombres	Mujeres	Minusválidos 33% o más	TOTAL
CATEGORIA	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
Directores/Gerentes Generales	4	0	0	4
Otros directores	13	1	0	15
Científicos y personal apoyo	2	2	0	4
Administrativos	6	11	0	17
Comerciales	51	23	0	74
Otro personal cualificado	1	0	0	1
Personal no cualificado	15	7	0	20
TOTAL DE EMPLEADOS	92	44	0	136

A continuación, se muestra el comparativo de personal de los últimos tres años, desglosado categoría profesional.

ALTABANA, S.L. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
Estado de Información No Financiera del ejercicio

POR CATEGORIA PROFESIONAL	2019		2020		2021	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Asesores	1	0	1	0	1	0
Directores / Gerentes Generales	32	13	33	13	35	13
Otros directores	33	10	43	15	42	12
Científicos y personal de apoyo	3	3	3	4	3	4
Administrativos	63	75	65	74	74	69
Comerciales	255	211	232	212	257	206
Otro personal cualificado	59	55	62	53	63	54
Personal no cualificado	37	15	29	16	31	16
Personal por sexos	483	382	468	387	506	374
Personal Total		865		855		880

POR CATEGORIA PROFESIONAL	Var (%) 20/19		Var (%) 21/20	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Asesores	0%	0%	0%	0%
Directores / Gerentes Generales	3%	0%	6%	-8%
Otros directores	30%	50%	-2%	-20%
Científicos y personal de apoyo	0%	33%	0%	0%
Administrativos	3%	-1%	14%	-7%
Comerciales	-9%	0%	11%	-3%
Otro personal cualificado	5%	-4%	2%	2%
Personal no cualificado	-22%	7%	7%	0%

A continuación, se muestra el comparativo de personal de los últimos tres años, desglosado por territorio.

POR AREA GEOGRAFICA	2019	2020	2021	Variación (%)	
				20/19	21/20
Europa	436	435	440	0%	1%
América	54	44	38	-19%	-13%
Asia Pacífico	247	260	264	5%	1.5%
Medio oriente y África	114	115	136	1%	9.5%
Total	865	855	880	-1%	3%

A continuación, se muestra el comparativo de personal de los últimos tres años, desglosado por sexo.

POR SEXO	2019	2020	2021
Hombre	483	468	506
Mujer	382	387	374
Total	865	855	880

Siniestralidad y seguridad en el trabajo.

Dentro de las políticas de Recursos Humanos, el Grupo Altabana establece como uno de sus máximas prioridades la seguridad, salud y bienestar de todos nuestros empleados. Por ello, se establece como uno de los compromisos principales la promoción de la seguridad y la salud, asumiendo el compromiso de incorporar la gestión preventiva en todas las fases de su actividad.

Consciente de la importancia de mantener unas condiciones adecuadas de prevención, Altabana cumple rigurosamente con la normativa vigente y los convenios que rigen nuestras relaciones laborales incorporan cuestiones específicas relativas a la seguridad y salud de los trabajadores.

Absentismo

Las tasas de absentismo están directamente relacionadas con la salud, la seguridad y el bienestar de las personas que trabajan en Altabana. Es por ello, que se trabaja con un modelo de gestión del absentismo que incluye indicadores definidos y permite conocer los costes derivados.

Para minimizar algunas de las principales causas de absentismo, la compañía ha implementado diversas actuaciones encaminadas a facilitar la gestión integral de la salud de las personas que trabajan en Altabana.

7. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES.

La actividad que desarrollan las empresas integrantes del grupo Altabana tiene poca incidencia medioambiental, ya que dichas empresas no tienen procesos de fabricación, siendo los productos transportados por operadores logísticos independientes del grupo. Por tanto, no se considera que exista un riesgo potencial en aspectos ambientales. Aun así, en el Código de Conducta se define la política a seguir en esta temática, que resumimos a continuación:

- Seguir y aplicar nuestras orientaciones y normas en materia de medio ambiente.
- Favorecer el uso de materiales renovables y el desarrollo de envases, productos y formas de trabajar sostenibles desde el punto de vista medioambiental, al mismo tiempo que continuamos cumpliendo las expectativas del cliente y las preferencias del consumidor.
- Reducir la cantidad de residuos, reciclar y reutilizar en la medida de lo posible.
- Conservar el agua y la energía y evitar desplazamientos innecesarios.
- Informar sobre todos los escapes o emisiones anormales al aire o al agua.
- Trabajar con los proveedores para mejorar los efectos de la cadena de suministro.

De esta forma, el Grupo se compromete a desarrollar sus actividades protegiendo el medio ambiente minimizando en todo momento los impactos medioambientales y siempre de acuerdo a la legislación vigente.

8. INFORMACION FISCAL.

Desde que tuvo lugar la reforma operada en la Ley de Sociedades de Capital, con efectos 1 de enero de 2015, se establecieron determinadas actuaciones, entre las que se encuentran el diseño de la estrategia fiscal de la sociedad, la aprobación de las operaciones de especial riesgo fiscal y las relativas a la determinación de la política de control y gestión de riesgos, incluidos los fiscales.

La estrategia fiscal de Grupo Altabana fue aprobada por el Consejo de Administración, y su finalidad está orientada esencialmente a asegurar el cumplimiento responsable de la normativa tributaria atendiendo al interés social y apoyando las estrategias empresariales del Grupo.

El beneficio del Grupo en 2021 generado en España ha ascendido a -377,35 miles de euros, en el resto de Europa ha sido de 46.818,46 miles de euros y en el resto del mundo de 54.070,26 miles de euros.

El total de impuestos pagados por el Grupo en el ejercicio 2021 ha ascendido a la cifra de 21.052,06 miles de euros. No se han percibido por parte de ninguna compañía del Grupo subvenciones públicas debido al impacto del COVID 19 en dicho ejercicio.

Se adjunta la siguiente información relacionada con los impuestos pagados por las compañías que forman parte del grupo, expresados en euros:

Compañía	Impuestos pagados
5th Avenue Products	-4.680.331
Altabana, S.L.	-301.379
Coiba	-
Coprova S.A.S.	-823.536
Cubacigar	-2.244.700
Diadema, SpA	-620.943
Empor	-254.158
Gravit	-
Habanos Nordic	-382.357
Havana House Cigar	-579.946
Hunters & Frankau Ltd.	-1.042.881
INFIFON APS	-
INFIFON HK	-1.257.935
INFIFON I, B.V.	-
INFIFON II	-105.664
Intertabak Ltd.	-1.647.018
Kaliman	-237.861
LTC International	-
Maori Tabacs	-131.545
Pacific Cigar	-3.334.908
Phoenicia Beirut	-1.315.646
Phoenicia Chipre	-1.886.416
Puro Tabaco	-
Cuba Cigar (Canarias)	-
Top Cigars	-188.703
Xinet	-
TOTAL IMPUESTOS PAGADOS	-21.052.062

ALTABANA, S.L. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
Estado de Información No Financiera del ejercicio

Se adjunta la siguiente información relacionada con los resultados antes de impuestos de las compañías que forman parte del grupo, expresado en euros:

Compañía	Resultados antes de impuestos
5th Avenue Products	15.454.074
Altabana, S.L.	-506.174
Coiba	54.402
Coprova S.A.S.	3.142.601
Laguito 1492	5.934.276
Diadema, SpA	2.121.338
Empor	1.027.194
Gravit	684.228
Habanos Nordic	1.753.915
Havana House Cigar	1.973.012
Hunters & Frankau Ltd.	5.363.136
INFIFON APS	-149.359
INFIFON HK	7.847.271
INFIFON I, B.V.	-13.829
INFIFON II	473.932
Intertabak Ltd.	9.182.291
Kaliman	2.215.938
LTC International	643.307
Maori Tabacs	642.004
Pacific Cigar	18.556.848
Phoenicia Beirut	5.812.945
Phoenicia Chipre	15.034.555
Puro Tabaco	1.420.614
Cuba Cigar (Canarias)	74.422
Top Cigars	1.040.651
Xinet	-
Dalso	50.778
TOTAL RESULTADO	99.934.245

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

Ambitos	Contenidos	Estándar GRI relacionado	Página / Apartado donde se informa	Comentarios adicionales
Modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio del Grupo, que incluirá: 1) su entorno empresarial 2) organización y estructura 3) mercados en los que opera 4) sus objetivos y estrategias 5) principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	102-1 / 102-2 / 102-3 / 102-4 / 102-6 / 102-7	1 a 6	-
Políticas	Descripción de las políticas que aplica el Grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá: 1) los procedimientos de diligencia debida aplicados para identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos 2) los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado	103 Enfoques de gestión de cada ámbito dentro de las distintas dimensiones	En cada apartado	-
Riesgos	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculadas a las actividades del Grupo y como el Grupo las gestiona, 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	102-15 / 102-30	6 a 11	-

ALTABANA, S.L. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
Estado de Información No Financiera del ejercicio

Ambitos	Contenidos	Estándar GRI relacionado	Página / Apartado donde se informa	Comentarios adicionales
Cuestiones medioambientales	<ul style="list-style-type: none"> - Global Medio Ambiente - Contaminación - Economía circular y prevención y gestión de residuos - Uso sostenible de los recursos - Cambio climático - Protección de la biodiversidad 	N/A	25	Dado que la actividad de Altabana tiene un impacto medioambiental insignificante, la gestión de estos aspectos no es relevante para el Grupo, por lo que no se calculan indicadores
Cuestiones sociales y relativas al personal	<ul style="list-style-type: none"> - Empleados - Igualdad de oportunidades - Evolución del empleo - Siniestrabilidad y seguridad en el trabajo - Absentismo 	103 Enfoque de gestión de Empleo 102-8 / 102-22 401-1 / 403-2 403-3 / 405-1	20 a 25	-
Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> - Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos - Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio - Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación 	N/A	16	Por los mercados internacionales en que opera el Grupo, no constituyen un tema material para el Grupo, dado el nivel de protección existente
Corrupción y soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	103 Enfoque de gestión de Anticorrupción 102-16	14 a 16	-
Otra información significativa	Gobierno Corporativo Información fiscal	102-18 / 102-20 103 Enfoque de gestión de Económico	16 a 19 26 a 27	-