

**MEMORIA DE  
SOSTENIBILIDAD 2016  
CORPORACIÓN FINANCIERA  
ALBA**



# ÍNDICE

|      |   |    |
|------|---|----|
| 1.   | CARTA DEL PRESIDENTE .....                            | 3  |
| 2.   | INVIRTIENDO CON RESPONSABILIDAD.....                  | 4  |
| 3.   | GESTIONANDO ALBA DESDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL..... | 6  |
| 3.1. | LA MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS DE ALBA .....     | 7  |
| 3.2. | LA CARTERA DE ALBA EN CLAVE DE SOSTENIBILIDAD.....    | 10 |
| 3.3. | EL EQUIPO HUMANO DE ALBA.....                         | 17 |
| 3.4. | EL IMPACTO DE ALBA EN LA SOCIEDAD .....               | 19 |
| 3.5. | LA HUELLA AMBIENTAL DE ALBA .....                     | 20 |
| 4.   | GRADO DE AVANCE DEL PLAN DE RSC .....                 | 22 |
| 5.   | ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI .....                        | 23 |

## 1. CARTA DEL PRESIDENTE<sup>1</sup>

Corporación Alba tiene una visión a largo plazo en la gestión de su cartera de inversiones y en la creación de valor para sus principales grupos de interés, dos pilares fundamentales en el ámbito de la responsabilidad social. Estos dos valores están integrados, inherentemente, en nuestra cultura corporativa, hecho que se visibiliza a lo largo de esta memoria de sostenibilidad que muestra, por segundo año consecutivo, el firme compromiso de Alba con el desarrollo económico, social y ambiental sostenible.

Este ejercicio 2016 ha sido importante para nosotros, no sólo por nuestros buenos resultados financieros, sino porque los mismos se han hecho realidad gracias a la gestión sólida y responsable que siempre nos acompaña, y que en 2015 se formalizó a través de la publicación de nuestra Política de Responsabilidad Social y la revisión de nuestra Política de Inversiones. La adhesión y posterior reporte al Pacto Mundial de Naciones Unidas nos ha permitido conectarnos con la agenda internacional y nos ha ayudado a integrar de forma más reflexiva sus 10 principios sobre derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción.

En este periodo hemos avanzado de forma decidida en el ámbito de la responsabilidad social, afrontando los propósitos que nos marcamos en nuestra primera memoria de sostenibilidad en sus tres pilares fundamentales: ambiental, social y de buen gobierno. En este documento exponemos cómo hemos dado cumplimiento a los mismos y en cuáles debemos seguir trabajando en 2017.

Es destacable, adicionalmente, el cumplimiento completo de las recomendaciones de buen gobierno de sociedades cotizadas que recoge el código de la CNMV y el reconocimiento internacional que hemos recibido en los Global Banking and Finance Awards como la Compañía con el Mejor Gobierno Corporativo (Best Corporate Governace of the Year 2016) que concede la publicación británica *The European*.

Estamos convencidos de que la sociedad y los mercados valoran positivamente, y cada vez más, la apuesta de las empresas por la sostenibilidad y su contribución al progreso y bienestar social. Por ello, procuramos involucrarnos activamente en todas las compañías en las que participamos, para fomentar el grado de implantación de la responsabilidad social en las mismas y la forma en que gestionan los riesgos y oportunidades de negocio. Como parte de nuestra responsabilidad, vamos a continuar trabajando proactivamente para mejorar esa situación y compartirla con nuestros grupos de interés.

---

<sup>1</sup> G4-1 y G4-2

## 2. INVIRTIENDO CON RESPONSABILIDAD

Corporación Financiera Alba, S.A.<sup>2</sup>. (Alba) es la sociedad inversora del Grupo Banca March, uno de los principales grupos privados empresariales y financieros españoles de capital familiar. Desde su creación en 1986, se dedica a invertir en diferentes tipos de activos y a la gestión de su cartera de inversiones con una visión de largo plazo. Velar por la diligencia e integridad en todo el proceso de inversión es una de sus principales responsabilidades, que se contempla desde la Política de inversiones hasta la selección de los activos y la implicación en la gestión de las compañías en las que participa.

La [Política de inversión de Alba](#), aprobada en junio de 2015, aborda tres aspectos principales: (i) el objetivo de la actividad inversora, (ii) los principios generales que rigen las actuaciones orientadas a la consecución del objetivo fijado y (iii) los criterios concretos de selección de potenciales inversiones dentro de los diferentes tipos de activos (sociedades cotizadas, no cotizadas y activos inmobiliarios) en los que actualmente Alba centra su inversión.

A continuación se detallan los principios de la Política de inversión que ayudan a comprender el enfoque de visión a largo plazo y creación de valor de la compañía:

- 1. Necesidad de un alto conocimiento de sus inversiones.** Debido a la participación en una cartera de valores limitada, Alba realiza un análisis riguroso de la sociedad o del activo, de los sectores y los mercados en los que tiene presencia, y del contexto macroeconómico que pueda afectar al valor de la organización. Este proceso tiene por objetivo identificar y tratar de mitigar los potenciales riesgos presentes o futuros que puedan dificultar esos objetivos.
- 2. Participación activa en las Sociedades participadas o activos en los que invierte.** Esta involucración diligente (contar con representación en el Consejo de Administración – sociedades- o gestionar directamente los activos -i.e. inmuebles-) requiere tener una participación accionarial suficiente, no delegar en terceros la gestión y hacer seguimiento de las inversiones. Todo ello exige un alto nivel de dedicación que se traduce en un número relativamente limitado de inversiones en cartera.
- 3. La credibilidad y reputación como activo.** Alba considera que su credibilidad y reputación en el mercado son unos de sus principales activos, que contribuyen decisivamente a la consecución de sus objetivos a largo plazo. Ambas variables no se basan exclusivamente en la obtención de unos resultados financieros positivos, sino también en otros, como evitar

---

<sup>2</sup>G4-3 y G4-7

potenciales conflictos de interés entre las inversiones o su adhesión a los máximos principios en materia de cumplimiento normativo, gobierno corporativo, personal, impacto medioambiental y relación con la sociedad en general.

4. **Prudencia y control del riesgo.** Las inversiones de Alba pueden experimentar oscilaciones en su valor de mercado, lo que exige que, de cara a cumplir con su objetivo de creación de valor a largo plazo, deben realizarse con un elevado nivel de prudencia, tratando de mitigar los riesgos que puedan afectar a su actividad a través de una adecuada diversificación de su cartera, unos bajos niveles de endeudamiento corporativo o el mantenimiento de una elevada proporción de su cartera en activos líquidos.

5. **Flexibilidad,** tanto en la toma de decisiones interna como en la aplicación de los principios y criterios de inversión a las oportunidades concretas de inversión.

Una gestión responsable, basada en estos principios, contribuye a la creación de mercados más transparentes y mejor gobernados, conectando los mercados financieros con la economía real y generando oportunidades y prosperidad económica para la sociedad, tanto en España como en otros países en los que están presentes las sociedades participadas por Alba.

### 3. GESTIONANDO ALBA DESDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

La [Política de Responsabilidad Social Corporativa](#), aprobada en octubre de 2015, establece los principios y directrices en materia de RSC, con el fin de orientar las actividades de la sociedad hacia un modelo de gestión empresarial sostenible y enfocado hacia los distintos grupos de interés. A través de la misma, Alba se compromete a desarrollar en todo momento sus actividades de forma responsable, maximizar la creación de valor sostenible y compartido para sus accionistas, demás grupos de interés y para la sociedad en su conjunto, e identificar, prevenir y corregir los posibles impactos negativos de su actuación.

Esta política se encuentra sólidamente alineada con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas del que Corporación Financiera Alba es firmante<sup>3</sup> desde hace un año y con el que cumple su compromiso anual, reportando, a través de un informe de progreso – materializado en esta memoria-, sus avances en sostenibilidad y RSC.

**Gráfico 1. Los 10 principios del Pacto Mundial**

The infographic displays the 10 principles of the UN Global Compact, organized into four color-coded boxes. Each box contains an icon, a category name, and a list of principles.

- Derechos Humanos (Yellow box):**
  - 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
  - 2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
- Normas Laborales (Light Blue box):**
  - 3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
  - 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
  - 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
  - 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
- Medio Ambiente (Light Green box):**
  - 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
  - 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
  - 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.
- Anticorrupción (Red box):**
  - 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

La gestión responsable del negocio se lleva a cabo a través de diversas políticas que otorgan una mayor credibilidad y confianza a su actividad. Alba cuenta, entre otras, con una [Política de prevención penal y contra el fraude](#), una [Política de selección de candidatos a consejero](#), una [Política de gestión de riesgos](#), una [Política de Responsabilidad Social Corporativa](#) y una [Política de Comunicación](#).

<sup>3</sup>G4-15

Alba tiene implantado un Modelo de Prevención de Delitos desde 2012, que fue actualizado en 2015, y en 2016 ha aprobado un nuevo Reglamento Interno de Conducta en el Ámbito del Mercado de Valores (RIC), un plan de formación, una evaluación continua sobre la efectividad de los controles y una actualización de los riesgos que le afectan.

En 2015, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) publicó un Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas que incluye recomendaciones específicas en materia de responsabilidad social corporativa (RSC), en concreto sobre la estrategia, la política, los objetivos y las iniciativas de RSC, y su seguimiento y evaluación por parte de comisiones del Consejo de Administración. El cumplimiento de este código es voluntario, pero Alba, concienciada con la importancia de la buena gobernanza de las organizaciones, trabaja de forma continuada para dar cumplimiento a todas sus recomendaciones –exceptuando las 8 que no le aplican-. En la Memoria del año pasado se señalaba el cumplimiento parcial de la recomendación 5 y la recomendación 14, aspectos que ya se han resuelto durante este último año, permitiendo el cumplimiento completo de las recomendaciones del código.

La preocupación de Alba por la búsqueda de la excelencia y por promover las mejores prácticas en el ámbito del Buen Gobierno y de la Responsabilidad Social Corporativa han sido reconocidas internacionalmente, como pone de manifiesto haber sido elegida Compañía con el Mejor Gobierno Corporativo (**Best Corporate Governance of the Year 2016**) en los *Global Banking and Finance Awards*, que concede la publicación británica *The European*<sup>4</sup> y que premian la excelencia y la innovación en el ámbito empresarial.

### 3.1. LA MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS DE ALBA <sup>5</sup>

Esta segunda memoria de sostenibilidad de Corporación Financiera Alba está de nuevo inspirada en la metodología de Global Reporting Initiative (GRI) –la más conocida y utilizada internacionalmente- en su edición G4 y su formato esencial<sup>6</sup>. En el portal de GRI se cargaron en 2016 más de 4.300 informes de sostenibilidad correspondientes a los cinco continentes, de los cuales un 40% se presentaron en Europa y un 2,4% en España.

Una de las claves de esta metodología es la realización de un análisis de materialidad en el que se determinan cuáles son las temáticas más relevantes en términos de sostenibilidad para la

---

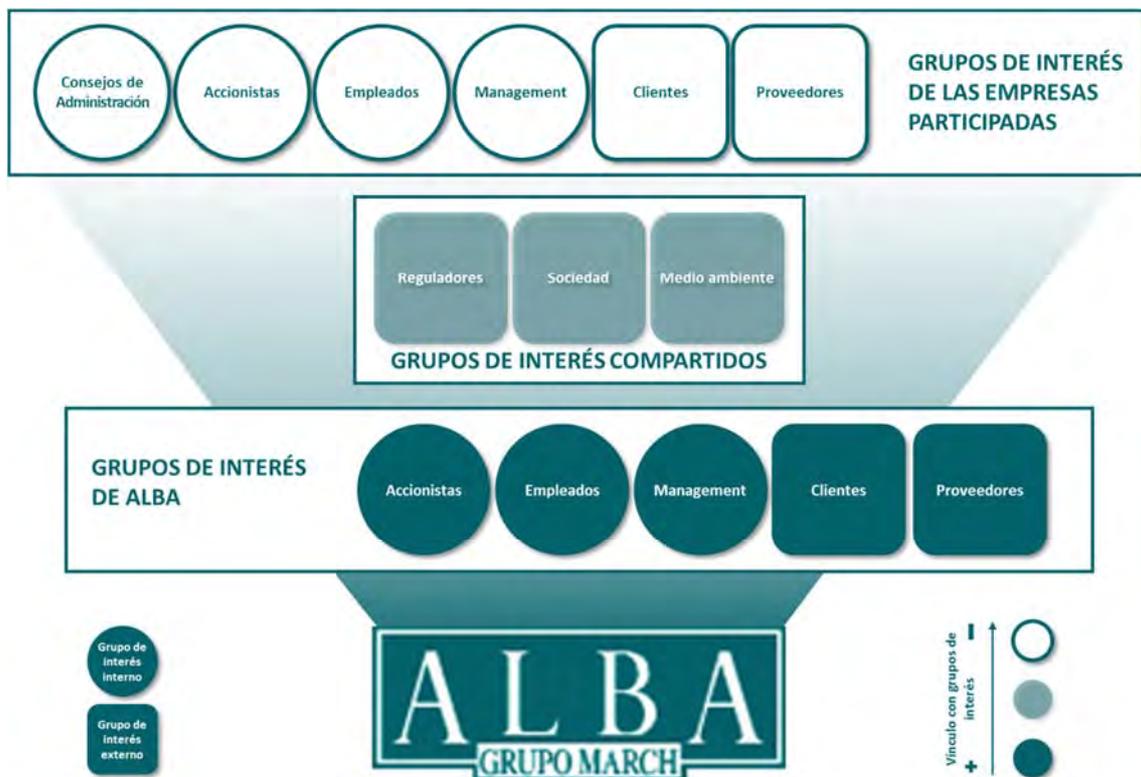
<sup>4</sup> Publicación especializada en economía y finanzas con sede en Gran Bretaña, que tiene entre sus lectores a empresarios, presidentes, consejeros delegados, directivos, inversores institucionales o gestores de fondos de inversión y de *family offices*

<sup>5</sup> G4-19, G4-24,

<sup>6</sup> G4-32

organización, para que, posteriormente, sean tratados de una forma prioritaria en la memoria. Antes de llevar a cabo esta evaluación, es necesario identificar a los grupos de interés de la organización para, o bien consultarles en este sentido, o para tener una perspectiva abierta de cuáles pueden ser sus percepciones de la organización y las expectativas respecto a su actividad e impactos. Se ha realizado una clasificación de los grupos de interés en función de su relación directa bidireccional –vínculo con los grupos de interés- y en función de si es un grupo interno o externo a la organización.

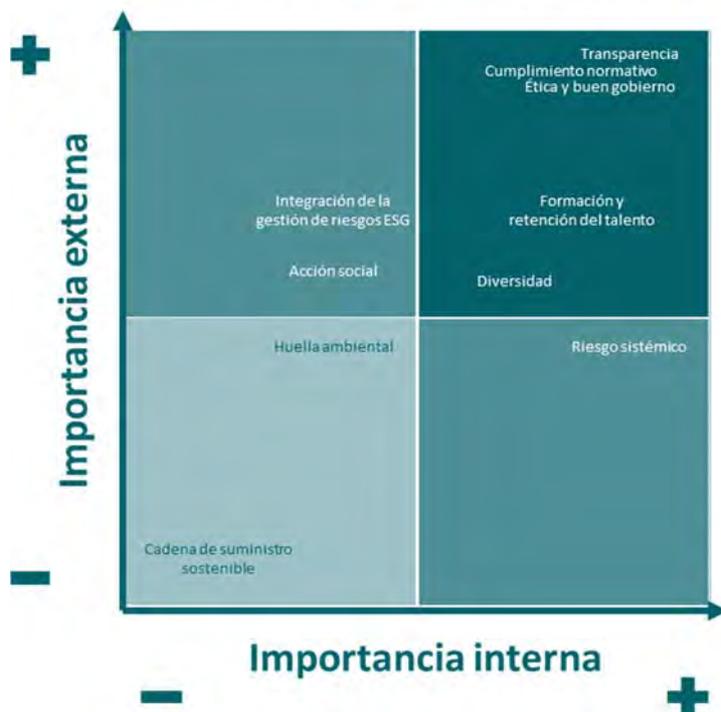
**Gráfico 2. Proyección de los grupos de interés de Alba**



Tras la evaluación interna de un listado de temáticas extraídas de diferentes fuentes como el cuestionario del Dow Jones Sustainability Index o la misma metodología GRI, se han cribado los que tenían más sentido según el sector y la actividad de Alba, y se ha contrastado con expertos en sostenibilidad, dando como resultado la siguiente matriz en la que en el eje de abscisas muestra la valoración interna de Alba y en el de ordenadas la externa:

**Gráfico 3. Matriz de materialidad**

## Análisis de Materialidad



### CANALES DE COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

La transparencia es uno de los máximos atributos de Corporación Alba, ya que genera confianza entre todos los que tienen relación con la entidad, es decir, sus grupos de interés. Además es uno de los pilares de la responsabilidad social ya que es un acto voluntario de las entidades que va un paso más allá del mero cumplimiento de la regulación.

Alba tiene habilitados diferentes canales de comunicación con sus grupos de interés, en función de las necesidades de los mismos:

- Su página [web](#) permite acceder, en español e inglés, a información relevante y actualizada sobre la compañía y su historia, la evolución de sus participadas y su estrategia de inversión.
- En el espacio para accionistas e inversores de esta misma web, se publican los hechos relevantes e información financiera de la compañía. Hay un canal habilitado para los accionistas, que cuenta con dos vías: a través de correspondencia ordinaria dirigida a la sede Corporación Financiera Alba, S.A. -Calle Castelló nº 77, 5º Planta 28006, Madrid<sup>7</sup>- y una segunda a través de la siguiente dirección de correo electrónico: [alba@corporacionalba.es](mailto:alba@corporacionalba.es)

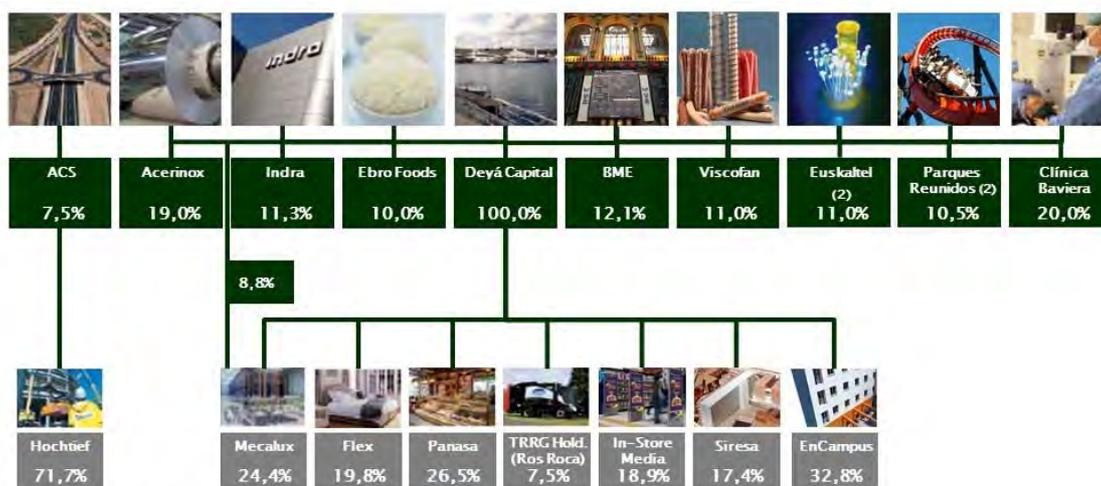
<sup>7</sup> G4-5

- Desde 2011 existe un canal de comunicación a disposición de sus empleados que permite efectuar ante la Comisión de Auditoría o el Secretario del Consejo, de forma confidencial, denuncias de conductas que puedan suponer alguna irregularidad o incumplimiento del Código ético.
- Otros apartados de la web proporcionan información adicional de valor, para que otros grupos de interés puedan tener un conocimiento más profundo de la organización.

### 3.2. LA CARTERA DE ALBA EN CLAVE DE SOSTENIBILIDAD

Alba invierte en empresas líderes, con un sólido equipo directivo, con una gran fortaleza y flexibilidad financiera y con una probada ventaja competitiva en su sector. Alba es un inversor a largo plazo, que busca la rentabilidad en el desarrollo sostenible de las sociedades en las que participa como accionista. A 31 de diciembre de 2016 Alba contaba con la siguiente posición en sus empresas participadas:

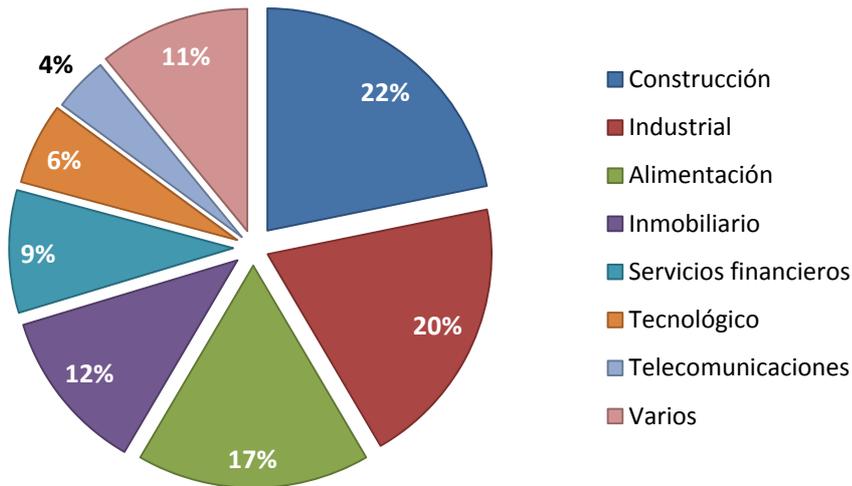
**Gráfico 4. Empresas participadas a 31 de diciembre de 2016**



(1) Otras participadas: Artá Capital SGEIC, S.A. (78,5%) y Corporación Empresarial de Extremadura, S.A. (1,0%).  
 (2) Participaciones a través de la sociedad Alba Europe sárl, participada al 100% por Corporación Financiera Alba, S.A.

Estas empresas se dividían de la siguiente forma en función de sus sectores de pertenencia:

**Gráfico 5. Distribución por sectores de las empresas participadas a 31 de diciembre de 2016**

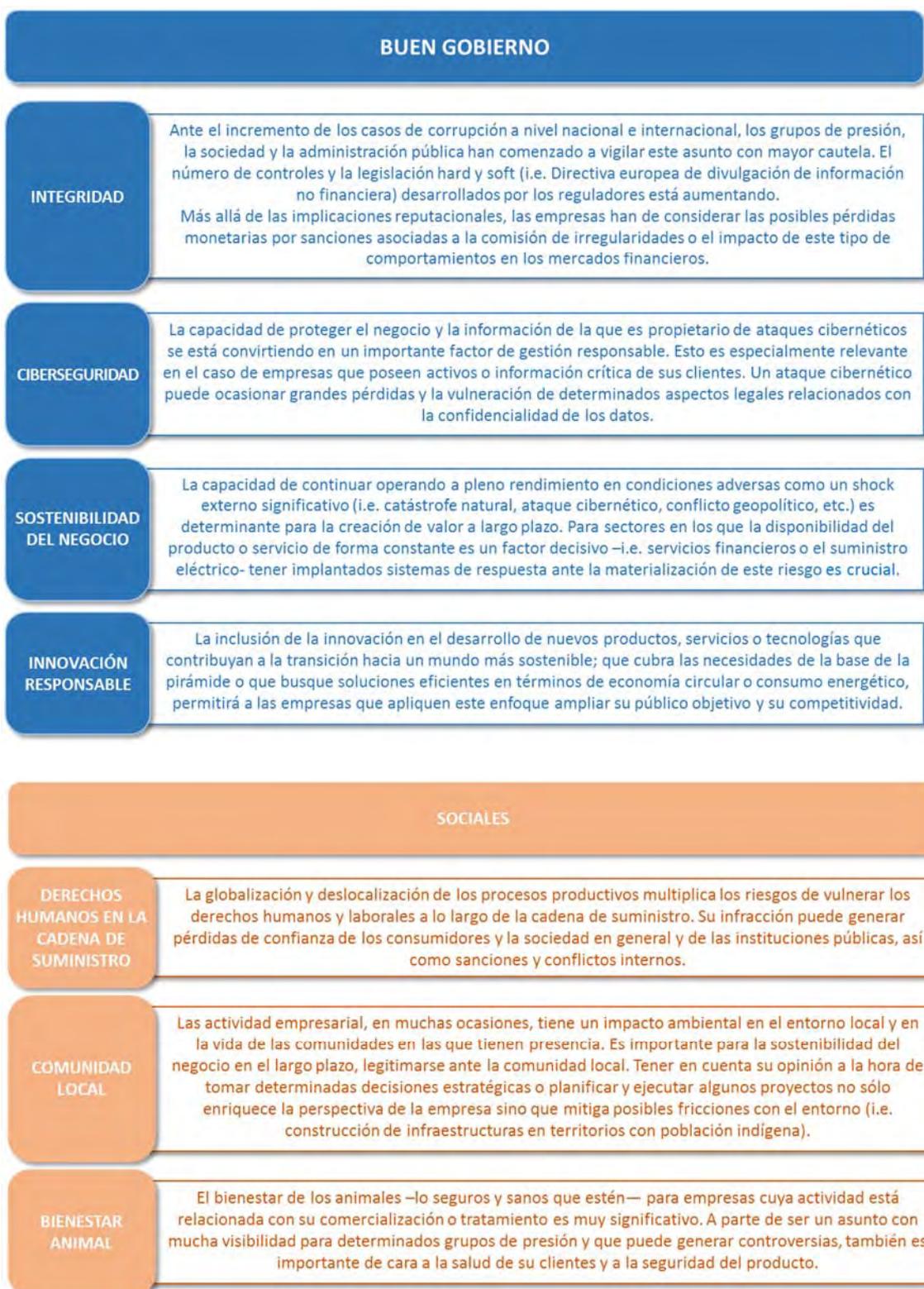


A 31 de diciembre de 2016, la antigüedad media de las inversiones de la cartera en cotizadas, ponderada por la inversión inicial realizada, es de 13 años, a pesar de incluir dos inversiones realizadas en los dos últimos años (Euskaltel y Parques Reunidos). Considerando la cartera histórica de Alba, la práctica totalidad de las inversiones tiene una duración superior a 6 años, y algunas de las más significativas, tanto en importe como en rentabilidad obtenida, exceden los 10 años de duración, como ha sido el caso de Pryca (14 años), Carrefour (17 años) o Sogecable (13 años).

Alba es consciente de que los valores que componen su cartera están expuestos a diferentes riesgos extra financieros, que varían en función del sector y de otras variables específicas de la empresa, como grado de deslocalización o los países en los que está presente. En términos de sostenibilidad, las empresas participadas se enfrentan a multitud de retos estratégicos que deben priorizarse si se quiere mantener su nivel de competitividad en el largo plazo.

Estos desafíos, que pueden afectar potencialmente a las empresas participadas de Alba, se traducen en riesgos y oportunidades, por lo que la proactividad de la gestión y la detección y seguimientos de estos retos es clave para asegurar la creación de valor y la competitividad. A continuación se explican los retos ambientales, sociales y de buen gobierno (ASG) que se considerado más significativos en función de la probabilidad y el impacto de los mismos en las diferentes empresas en las que participa la compañía:

Gráfico 6. Retos de sostenibilidad para las empresas participadas



## AMBIENTALES

### EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

Las emisiones de gases de efecto invernadero contribuyen al cambio climático, cuyas consecuencias podrían alterar el sistema climático mundial. A nivel global, los instrumentos de carbon pricing externos y los objetivos de reducción de emisiones son cada vez más ambiciosos. A raíz de esto, reguladores, grupos de presión y la sociedad civil hacen un seguimiento más exhaustivo de la huella de carbono de las compañías. Las empresas que no reduzcan sus emisiones de gases de efecto invernadero se exponen a sanciones monetarias, potenciales y reales, y su riesgo reputacional aumenta.

### EMISIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Las emisiones en la cadena de suministro están adquiriendo mucha relevancia a medida que los métodos con los que se calcula la huella de carbono se vuelven más sofisticados. En muchas ocasiones, el mayor impacto a nivel de emisiones de un producto no tiene lugar durante la manufactura sino aguas arriba, en la actividad de los proveedores. Medir el impacto ambiental global de los productos es una práctica cada vez más extendida, por tanto el análisis del ciclo de vida de los mismos es cada vez más importante para mitigar riesgos y mejorar la eficiencia de las empresas.

### CAMBIO CLIMÁTICO

El cambio climático es un reto que amenaza no solo el medio ambiente sino la salud, las ciudades y otra serie de aspectos que afectan a nuestras vidas. Las medidas de mitigación y adaptación al cambio climático están cada vez, con más frecuencia en las agendas de gobiernos y empresas. Estas tienen y tendrán impactos en los modelos productivos de muchos negocios que se verán forzados a introducir parámetros de innovación para ajustarse a las demandas de la sociedad del futuro.

### BIODIVERSIDAD

La biodiversidad contribuye a la salud de la sociedad y del planeta, cumpliendo funciones en los ciclos naturales virtualmente irremplazables. Aunque la atención de los grupos de presión y el público sobre este asunto aún no está tan desarrollada como en otros aspectos, puede ser un factor relevante en industrias específicas (i.e. industrias cuyas operaciones estén basadas en zonas de bosque tropical en riesgo de deforestación se exponen a potenciales batallas legales y a daños reputacionales).

### AGUA

Ante el incremento de la población mundial, el agua se está convirtiendo en un bien escaso. Su uso está siendo gradualmente regulado y controlado, generando riesgos legales para las empresas que no respeten los estándares nacionales o internacionales. El control de la huella del agua por parte de empresas intensivas en esta materia prima, es de vital importancia, sobre todo en zonas clasificadas con estrés hídrico.

### GESTIÓN DE RESIDUOS

Dada la escasez de recursos para una población creciente y el aumento del consumo, el tratamiento de residuos para su reintroducción en la economía que permita cerrar el ciclo que promueve la economía circular, es un asunto de vital importancia. Las empresas pueden mejorar su competitividad en la gestión eficiente de residuos; no sólo en términos de reducción de impacto ambiental sino ahorro de costes.

Gráfico 7. Impacto de los principales factores de sostenibilidad en las empresas

|                  | INTEGRIDAD | CIBERSEGURIDAD | SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO | INNOVACIÓN RESPONSABLE | DDHH CADENA DE SUMINISTRO | COMUNIDAD LOCAL | BIENESTAR ANIMAL | EMISIONES GEI | EMISIONES CADENA DE SUMINISTRO | CAMBIO CLIMÁTICO | BIODIVERSIDAD | AGUA | GESTIÓN RESIDUOS |
|------------------|------------|----------------|----------------------------|------------------------|---------------------------|-----------------|------------------|---------------|--------------------------------|------------------|---------------|------|------------------|
| Acerinox         | ✓          |                |                            | ✓                      | ✓                         |                 |                  | ✓             | ✓                              |                  |               |      | ✓                |
| ACS              | ✓          |                |                            | ✓                      | ✓                         | ✓               |                  | ✓             | ✓                              |                  | ✓             | ✓    | ✓                |
| BME              | ✓          | ✓              | ✓                          |                        |                           |                 |                  | ✓             |                                |                  |               |      |                  |
| CEX              | ✓          |                |                            | ✓                      |                           | ✓               |                  | ✓             |                                | ✓                |               |      |                  |
| Clinica Baviera  | ✓          |                |                            | ✓                      |                           |                 |                  | ✓             |                                |                  |               |      |                  |
| Ebro             | ✓          |                | ✓                          | ✓                      | ✓                         |                 |                  | ✓             | ✓                              | ✓                |               | ✓    | ✓                |
| Encampus         |            |                |                            |                        |                           | ✓               |                  | ✓             |                                |                  |               | ✓    | ✓                |
| Euskaltel        | ✓          | ✓              | ✓                          | ✓                      |                           |                 |                  | ✓             |                                |                  |               |      |                  |
| Flex             |            |                |                            | ✓                      | ✓                         |                 |                  | ✓             |                                |                  |               |      |                  |
| Indra            | ✓          | ✓              |                            | ✓                      |                           |                 |                  | ✓             |                                |                  |               |      |                  |
| In-store media   | ✓          | ✓              |                            |                        |                           |                 |                  | ✓             |                                |                  |               |      |                  |
| Mecalux          |            |                |                            |                        | ✓                         |                 |                  | ✓             | ✓                              | ✓                |               | ✓    | ✓                |
| Panasa           |            |                |                            |                        | ✓                         | ✓               |                  | ✓             |                                | ✓                |               | ✓    | ✓                |
| Parques Reunidos | ✓          |                |                            |                        |                           | ✓               | ✓                | ✓             |                                |                  | ✓             | ✓    | ✓                |
| Siresa           |            |                |                            |                        |                           | ✓               |                  | ✓             |                                |                  |               | ✓    | ✓                |
| TRRG Holding     |            |                |                            | ✓                      | ✓                         |                 |                  | ✓             | ✓                              |                  |               |      | ✓                |
| Viscofan         | ✓          |                |                            |                        |                           | ✓               |                  | ✓             | ✓                              |                  |               |      | ✓                |

Otra de las tendencias internacionales, que contemplan en su estrategia tanto el sector público como las organizaciones del tercer sector y las empresas, es la Agenda 2030 de Naciones Unidas. Esta propone 17 [Objetivos de Desarrollo Sostenible](#) (ODS) que se concretan en 169 metas y que cubren todas las temáticas en las que la sociedad ha de avanzar para conseguir un desarrollo sostenible.

**Gráfico 8. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible**



Alba ha realizado un análisis sobre cuáles son los ODS estratégicos para las empresas –en función de su sector- que pueden suponer una ventaja competitiva o una oportunidad en el desarrollo de productos, servicios, tecnologías y canales de distribución innovadores que permitan llegar a más consumidores aumentando su negocio y su capacidad de contribución al desarrollo sostenible:

**Gráfico 9. Exposición de las empresas participadas a Objetivos de Desarrollo Sostenible por sectores**

| Empresas participadas | Exposición a los ODS |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-----------------------|----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|
|                       | 1                    | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| Acerinox              |                      |   | ✓ |   |   | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |    |    | ✓  | ✓  |    |    |    | ✓  |
| ACS                   |                      |   |   |   |   |   |   |   |   |    | ✓  |    | ✓  |    | ✓  |    | ✓  |
| BME                   |                      |   |   |   |   |   | ✓ | ✓ |   |    |    |    | ✓  |    |    | ✓  | ✓  |
| Clínica Baviera       | ✓                    | ✓ | ✓ |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    | ✓  |
| CEX                   |                      |   |   |   |   |   |   | ✓ | ✓ |    |    |    |    |    |    |    | ✓  |
| Ebro Foods            |                      | ✓ | ✓ |   |   | ✓ |   | ✓ | ✓ |    |    | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |    | ✓  |
| Encampus              |                      |   |   |   |   |   |   |   |   |    | ✓  |    | ✓  |    |    |    | ✓  |
| Euskaltel             |                      |   |   |   |   |   |   |   | ✓ |    |    |    |    |    |    | ✓  | ✓  |
| Flex                  |                      |   | ✓ |   |   | ✓ |   | ✓ |   |    |    | ✓  | ✓  |    |    |    | ✓  |
| Indra                 |                      |   |   |   |   |   |   | ✓ | ✓ |    |    |    |    |    |    |    | ✓  |
| In-store media        |                      |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    | ✓  | ✓  |
| Mecalux               |                      |   | ✓ |   |   | ✓ |   | ✓ | ✓ |    |    | ✓  |    |    |    |    | ✓  |
| Panasa / Berlys       |                      |   | ✓ |   |   | ✓ |   | ✓ | ✓ |    |    | ✓  |    |    |    |    | ✓  |
| Parques Reunidos      |                      |   |   |   |   |   |   |   |   |    | ✓  |    |    |    | ✓  |    | ✓  |
| Siresa                |                      |   |   |   |   |   |   |   |   |    | ✓  |    | ✓  |    |    |    | ✓  |
| TRRG Holding          |                      |   | ✓ |   |   | ✓ |   | ✓ | ✓ |    |    | ✓  |    |    |    |    | ✓  |
| Viscofan              |                      | ✓ | ✓ |   |   | ✓ |   | ✓ | ✓ |    |    | ✓  | ✓  | ✓  | ✓  |    | ✓  |

Adicionalmente al análisis de los riesgos y oportunidades macro de cada una de las participadas, estudiar su grado de avance en términos de responsabilidad social, permite establecer cuáles necesitan un apoyo y un empuje mayor para integrar la sostenibilidad en su estrategia y toma de decisiones. A continuación se muestran dos gráficos en los que se observan las buenas prácticas más comunes que puede llevar a cabo una compañía respecto a la RSC<sup>8</sup> y el cumplimiento por parte de las participadas:

**Gráfico 10. Análisis de la RSC de las empresas participadas cotizadas y Alba**

|           | Empresa          | RSC en la web | Año adhesión al Pacto Mundial | Memoria sostenibilidad | GRI | Carbon Disclosure Project | Dow Jones Sustainability Index |
|-----------|------------------|---------------|-------------------------------|------------------------|-----|---------------------------|--------------------------------|
| IBEX 35   | ACS              | ✓             | 2002                          | ✓                      | ✓   | ✓                         |                                |
|           | Acerinox         | ✓             | 2013                          | ✓                      | ✓   | ✓                         |                                |
|           | Indra            | ✓             | 2004                          | ✓                      | ✓   | ✓                         | ✓                              |
|           | Viscofan         | ✓             | 2015                          | ✓                      |     |                           |                                |
| Cotizadas | Clinica Baviera  | ✓             |                               |                        |     |                           |                                |
|           | Ebro Foods       | ✓             | 2002                          | ✓                      | ✓   | ✓                         |                                |
|           | BME              | ✓             | 2011                          | ✓                      | ✓   |                           |                                |
|           | Euskaltel        | ✓             | 2005                          | ✓                      | ✓   | ✓                         |                                |
|           | Parques Reunidos | ✓             |                               |                        |     |                           |                                |
|           | Alba             | ✓             | 2015                          | ✓                      | ✓   |                           |                                |

**Gráfico 11. Análisis de la RSC de las empresas participadas por grupos**

|                     | RSC en la web | Adhesión al Pacto Mundial | Memoria sostenibilidad | GRI | Carbon Disclosure Project | Dow Jones Sustainability Index |
|---------------------|---------------|---------------------------|------------------------|-----|---------------------------|--------------------------------|
| IBEX 35             | 100%          | 100%                      | 100%                   | 75% | 75%                       | 25%                            |
| IBEX 35 + COTIZADAS | 100%          | 78%                       | 78%                    | 67% | 56%                       | 11%                            |
| COTIZADAS           | 100%          | 60%                       | 60%                    | 60% | 40%                       | 0%                             |
| TOTAL EMPRESAS      | 67%           | 39%                       | 39%                    | 33% | 28%                       | 6%                             |
| NO COTIZADAS        | 33%           | 0%                        | 0%                     | 0%  | 0%                        | 0%                             |

En los gráficos 10 y 11 se aprecia que según aumenta el grado de sofisticación de la iniciativa de responsabilidad social (de izquierda a derecha), son menos las empresas que las llevan a cabo. Lo mismo sucede si comparamos las empresas del IBEX 35 con las que cotizan en el mercado continuo. Este fenómeno es común no sólo para las empresas de este universo, sino también a nivel nacional e internacional, ya que aquellas empresas con mayores recursos –monetarios y humanos- y con una mayor visibilidad suelen invertir más en responsabilidad social. Como factor adicional, en la toma de decisiones de inversores institucionales se observa una tendencia ascendente por la inclusión de aspectos ASG –la denominada inversión socialmente responsable

<sup>8</sup> Como iniciativas no mencionadas hasta ahora en la memoria, Carbon Disclosure Project es uno de los proyectos más relevantes en el panorama internacional en el ámbito del cambio climático que anima a las compañías a reportar su desempeño y Dow Jones Sustainability Index es una metodología de valoración de la sostenibilidad global de las compañías –a la que se accede solo si se es cotizada, entre otros requisitos- que clasifica a empresas mundiales para incluirlas en el índice bursátil (DJSI).

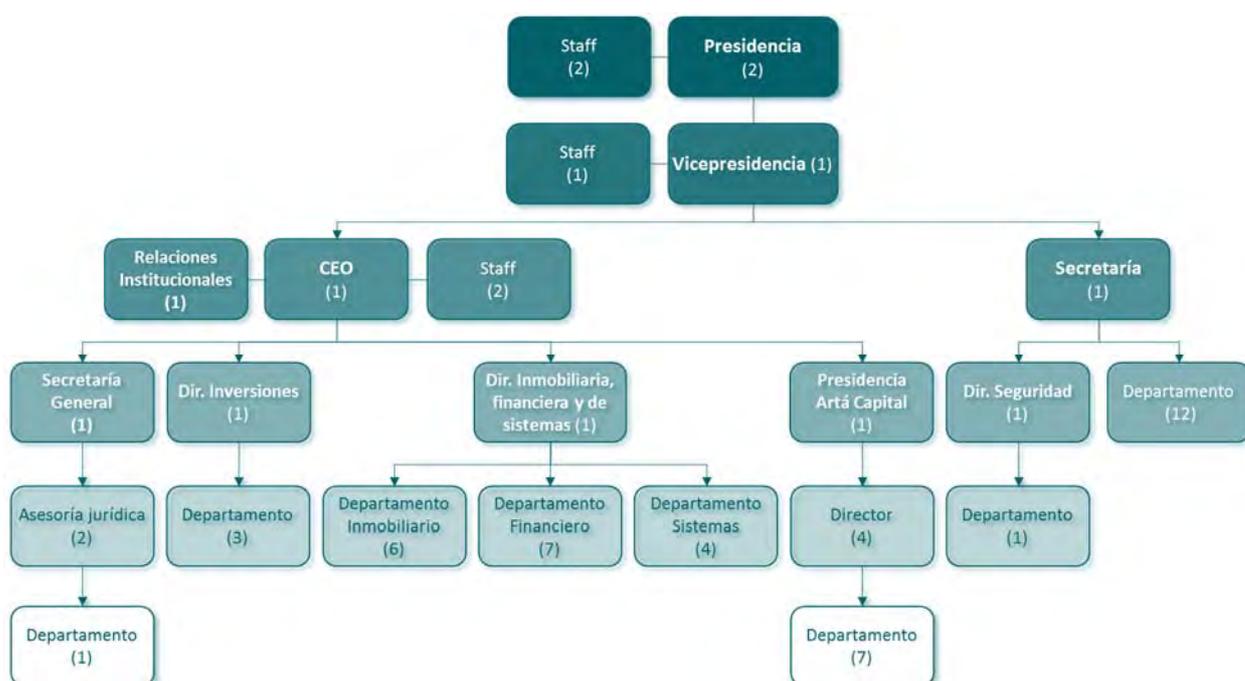
ISR- y las empresas cada vez están más concienciadas de la importancia de desarrollar el área de RSC.

No se aprecian grandes diferencias respecto al año anterior entre el grado de avance en RSC de las empresas participadas, quedando todavía por delante recorrido de mejora en este ámbito.

### 3.3. EL EQUIPO HUMANO DE ALBA

Corporación Financiera Alba es una organización consciente de la importancia de cuidar a sus empleados y de proporcionar un entorno laboral lo más favorable para conseguir unos óptimos resultados. Más allá de las funciones que desempeñan en su día a día para crear valor, quienes forman parte del equipo humano de Alba son personas que valoran el compromiso de la compañía con la conciliación, la formación, la seguridad y la salud y la retención del talento.

Gráfico 12. Organigrama de la Compañía



### DIVERSIDAD

A nivel de grupo, el equipo de Alba ha crecido respecto al año 2015 en un 11%, de 54 a 61 personas, como consecuencia de nuevas contrataciones. La totalidad de la plantilla cuenta con contratos laborales indefinidos y el número de mujeres<sup>9</sup> asciende a un 31% del total.

<sup>9</sup> G4-10 y G4-LA12

La igualdad de oportunidades a la hora de contratar a una persona, promocionarla o valorarla, es un principio que rige en Alba, siendo la meritocracia, la profesionalidad y otra serie de competencias y habilidades, determinantes en el proceso. Estos valores también se aplican en la selección de los miembros del Consejo de Administración. Durante 2015 se nombró a dos consejeras, aunque una de ellas no llegó a tomar posesión del cargo. En 2016, la Junta General nombró a otras dos consejeras, siendo actualmente tres el número de mujeres que forman parte del Consejo de Administración. Alba cumple de este modo con su propósito de aumentar la diversidad de su Consejo, tal y como indica el Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas de la CNMV, y avanza hacia el objetivo de tener un 30% de consejeras en 2020.

## SEGURIDAD Y SALUD

El trabajo que desarrollan los empleados en un entorno de oficina hace que la seguridad y la salud no entrañen un riesgo laboral significativo en Alba. Sin embargo, conscientes de que la inversión en medidas preventivas es necesaria y conveniente para evitar posibles impactos negativos en la salud de los empleados, la compañía cuenta con un plan de medidas de emergencia para que cualquier incidente que pueda afectar a sus instalaciones tenga una incidencia nula o mínima. Tiene a disposición de sus empleados un manual de “Seguridad y Salud en trabajos de Oficina” y, anualmente, ASEPEYO realiza una auditoría sobre las oficinas y elabora un informe con recomendaciones sobre luz, puesto de trabajo, archivos, etc. que posteriormente es evaluado internamente para la puesta en marcha de iniciativas de mejora.

En cuanto a los beneficios sociales, todo el personal cuenta con una revisión de salud anual, seguros de enfermedad, vida y accidentes -como retribución en especie- y planes de pensiones<sup>10</sup>.

## CONCILIACIÓN

Uno de los criterios a través de los cuales se mide el grado de satisfacción de los empleados en una organización es la posibilidad de compatibilizar el trabajo con otros aspectos personales. La materialización de este principio queda recogida en el código de conducta<sup>11</sup> a través del punto 6.5, en el que Alba se compromete a promover las políticas de conciliación familiar que faciliten el necesario equilibrio entre la vida profesional y personal.

## FORMACIÓN

---

<sup>10</sup> G4-LA2

<sup>11</sup> G4-56. Código de conducta: [http://www.corporacionalba.es/media/docs/codigo\\_etico\\_y\\_de\\_conducta.pdf](http://www.corporacionalba.es/media/docs/codigo_etico_y_de_conducta.pdf)

La mejora continua de las habilidades de los empleados en la sociedad actual es imprescindible para la adaptación de la organización a un mercado en continuo cambio, vulnerable a múltiples parámetros fuera del control de la organización. La formación está orientada a todos los perfiles de la organización, teniendo una mayor intensidad en los técnicos. En 2016 la formación ascendió a 630 horas quedando repartida de la siguiente forma entre los diferentes departamentos: jurídico 70 horas, inversiones 75 horas, inmobiliario 433 horas (debido, esencialmente, a unos cursos específicos de reciclaje que incrementaron el número de horas de formación por encima del habitual), administración 150 horas, sistemas 32 horas y comunicación 20 horas<sup>12</sup>. Globalmente, se ha cumplido el objetivo de superar con creces las cifras del año precedente.

### **3.4. EL IMPACTO DE ALBA EN LA SOCIEDAD<sup>13</sup>**

En la memoria de 2015 se estableció un objetivo sobre la activación de un plan de voluntariado corporativo. Para llevarlo a cabo, Alba se ha adherido al plan puesto en marcha por Banca March. En este sentido, se puede destacar que Banca March ha participado en un proyecto, coordinado por la AEB y la Fundación Júnior Achievement, de voluntariado en educación financiera en Institutos de Educación Secundaria. En el marco de las diferentes actividades de ese programa estuvieron implicados un total de 30 personas, que dedicaron aproximadamente unas 150 horas de su tiempo.

Anualmente, Alba apoya financieramente diversos proyectos: desde entidades cuya misión es generar conocimiento e investigar sobre la evolución de la economía y la sociedad a nivel nacional, hasta aquellas que se encargan de promover la Cultura. Estas colaboraciones se fundamentan en alianzas a largo plazo que van más allá de colaboraciones esporádicas que no requieren un compromiso tácito.

---

<sup>12</sup> G4-LA9

<sup>13</sup> G4-16

Adicionalmente, de forma indirecta, se promocionan actividades de diversa índole desde las fundaciones propias de las empresas participadas ACS, Ebro Foods, Euskaltel y Parques Reunidos. Además, durante 2016 se realizaron unas aportaciones monetarias que ascendieron a 315.000 euros a las siguientes organizaciones:



La medición del impacto positivo en la comunidad también se realiza a través de la gestión responsable de proveedores y la generación de actividad económica en la cadena de suministro<sup>14</sup>. Alba forma parte del sector servicios - poco intensivo en el consumo de recursos- y es una compañía mediana si tenemos en cuenta el tamaño de su plantilla y por ello no existen muchos riesgos u oportunidades en las decisiones de compra. Aun así, monitoriza su cadena de suministro y vela por mantener unas relaciones a largo plazo con los mismos. En 2016 las contrataciones y prestación de servicios se realizaron con 88 proveedores diferentes -100% locales- que supusieron para Alba un desembolso de 3,7 millones de euros más IVA.

### 3.5. LA HUELLA AMBIENTAL DE ALBA

El papel de la empresa en el cuidado y mejora del medio ambiente es fundamental, y debido a los recursos que tienen a su disposición y los impactos que generan con su actividad, han de asumir un papel protagonista, junto con los Estados, para alcanzar un punto de equilibrio entre el desarrollo de la sociedad y su convivencia con el medio ambiente. Como parte de su compromiso con la RSC, Alba tiene en cuenta la importancia de integrar aspectos ambientales a través de sus decisiones de inversión y del impacto directo que genera la propia operativa de la organización. Esto se concreta en la prevención de la contaminación, la utilización racional y sostenible de los recursos y la realización de una correcta gestión de los residuos.

El cambio climático es una preocupación global y es considerado el mayor reto actual al que se enfrenta la población con impactos en temáticas como la seguridad alimentaria, la salud o la inmigración.

<sup>14</sup> G4-12

En 2016 no se ha presentado el informe de Carbon Disclosure Project (CDP) de Alba, debido a que esta autoevaluación de las políticas e iniciativas relacionadas con el cambio climático la suelen llevar a cabo grandes empresas cuya actividad tiene un importante impacto en términos de emisiones de CO<sub>2</sub>, y que en el caso de Alba es prácticamente irrelevante.

Alba sí ha realizado un cálculo de su huella de carbono, en la que se ha tenido en cuenta tanto el transporte aéreo como el consumo eléctrico<sup>15</sup> de las oficinas. Este nivel de medición se corresponde con las emisiones de alcance 1 de Gases de Efecto Invernadero (emisiones directas)<sup>16</sup> que ascienden a 121 toneladas de CO<sub>2</sub>, correspondientes a 390.518 kwh<sup>17</sup> de electricidad consumida y 170 trayectos en tren y avión que ascendían a más de 130.000 kilómetros. Esta cifra supone un 85% de la energía consumida en 2015.

En los últimos años, se han realizado acciones encaminadas a reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> en los edificios, y conseguir una mayor eficiencia energética. Así, todas las nuevas luminarias instaladas en las oficinas desde 2014, tanto en zonas comunes como en las zonas arrendadas, son luminarias led y con control, siguiendo el CTE<sup>18</sup>. También se han instalado nuevas máquinas de producción de energía más eficientes<sup>19</sup> y nuevas calderas de condensación<sup>20</sup>.

Dentro de la filosofía de eficiencia y ahorro de recursos, todas las impresoras nuevas permiten imprimir a doble cara, lo que facilita una reducción del consumo total de papel. Desde hace años, se está incentivando la burocracia eficiente mediante la eliminación de documentos en papel y su sustitución por envíos digitales. El consumo de papel fue de 296.300 folios en 2016, un 43% menos que en 2015 y todos ellos estaban certificados por el sello ambiental FSC.

Aunque la actividad del sector financiero no es intensiva en consumo de agua, Alba es consciente de la necesidad de reducirlo en la medida de lo posible, máxime teniendo en cuenta las características de España con riesgo potencial de sequías y desertización. Por ello, se extreman las labores de control, minimización del consumo y concienciación. El consumo de agua fue de 8,74 metros cúbicos<sup>21</sup>, un ligero aumento de un 3% respecto al contabilizado en 2015.

---

<sup>15</sup> G4-EN3

<sup>16</sup> G4-EN15

<sup>17</sup> Cifra extrapolada en base al consumo realizado en los nueve primeros meses del año.

<sup>18</sup> En los edificios de Valrealty, Diagonal II, Miguel Angel 23 y General Perón, 38.

<sup>19</sup> En los edificios de Valrealty, Miguel Angel 23 y General Perón, 38.

<sup>20</sup> En los edificios de Valrealty y General Perón, 38.

<sup>21</sup> G4-EN8

## 4. GRADO DE AVANCE DEL PLAN DE RSC

En la memoria correspondiente al año 2015, se establecieron una serie de objetivos para llevar a cabo durante el año que cubre esta memoria. Durante 2016 se han realizado importantes avances, entre los que se destaca el cumplimiento de los objetivos de Buen Gobierno, haber sido elegida Compañía con el Mejor Gobierno Corporativo 2016 en los *Global Banking and Finance Awards*, y el plan de voluntariado y su propósito de ampliarlo a lo largo de 2017.

A continuación se puede observar el cuadro de seguimiento de los objetivos en los que se va a seguir trabajando para, paulatinamente, ir cubriéndolos todos.

El área más avanzada es la de buen gobierno –la más relevante para la compañía-, seguida de la social y ambiental, respectivamente.

|               | Objetivos   | Nivel de cumplimiento |
|---------------|---|-----------------------|
| BUEN GOBIERNO | 1.1.Promover que las empresas participadas incrementen su implicación en términos de responsabilidad social corporativa   | ✓                     |
|               | 1.2. Promover que las empresas participadas se adhieran al Pacto Mundial de Naciones Unidas   | ✓                     |
|               | 1.3. Promover que las empresas participadas:den cumplimiento a la nueva Directiva europea de divulgación de información no financiera                                     | ✗                     |
|               | 2.Formación en aspectos ASG al equipo de la Dirección de Inversiones para ir incorporando gradualmente el análisis de riesgos extra financieros en la gestión de carteras | ~                     |
|               | 3 Sumarse a iniciativas de promoción del Buen Gobierno que surjan en España   | ✓                     |
|               | 4.Desarrollo y consolidación del plan de prevención de delitos en cumplimiento de la normativa vigente  | ✓                     |
| SOCIAL        | 1.Elaboración de un plan de conciliación de la vida profesional y personal  | ✗                     |
|               | 2.Mejora del proceso de formación a empleados   | ✓                     |
|               | 1.Incrementar la promoción de la acción social  | ~                     |
|               | 2.Realizar un plan de voluntariado corporativo en la empresa  | ✓                     |
| AMBIENTAL     | 1.Incrementar la cobertura de la huella de carbono incorporando la parte inmobiliaria a su cálculo  | ~                     |
|               | 2.Promover la reducción del consumo de papel  | ✓                     |
|               | 3.Fomentar que a las empresas participadas que participen en la iniciativa <i>Carbon Disclosure Project</i>   | ~                     |

|   |   |
|---|---|
| No se ha avanzado en esta medida              | ✗ |
| Se mantiene igual / Ha habido algunos avances | ~ |
| Cumplido                                      | ✓ |

## 5. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

| GRI 4   | SECCIÓN  | OMISIONES   |
|---|--|---|
| <b>Estrategia y análisis</b>                  |  |   |
| G4-1  | CARTA DEL PRESIDENTE                             | -   |
| G4-2  | CARTA DEL PRESIDENTE                             | -   |
| <b>Perfil de la organización</b>              |  |   |
| G4-3  | LA MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS DE ALBA      | -   |
| G4-5  | LA MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS DE ALBA      | -   |
| G4-6  |  | Solo se llevan a cabo operaciones en España   |
| G4-7  | INVIRTIENDO CON RESPONSABILIDAD                  | -   |
| G4-8  |  | Solo se llevan a cabo operaciones en España   |
| G4-9  |  | Plantilla 61 personas<br>Capitalización (30-12-2016) 2.498 ME - <a href="http://www.bolsamadrid.es/esp/asp/Empresas/FichaValor.aspx?ISIN_ES0117160111">http://www.bolsamadrid.es/esp/asp/Empresas/FichaValor.aspx?ISIN_ES0117160111</a>   |
| G4-10   | EL EQUIPO HUMANO DE ALBA                         | -   |
| G4-11   |  | 100% de los trabajadores cubiertos con el convenio de oficinas  |
| G4-12   | EL IMPACTO DE ALBA EN LA SOCIEDAD                | -   |
| G4-13   |  | No ha variado la estructura accionarial. Durante 2016 se ha producido la absorción por parte de CFA de dos filiales, Alba Participaciones y Balboa Participaciones, participadas al 100% por Alba.  |
| G4-14   |  | N/A. El impacto medioambiental directo de Corporación Financiera Alba es limitado como para tener en cuenta el principio de precaución.   |
| G4-15   | GESTIONANDO ALBA DESDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL | -   |
| G4-16   | EL IMPACTO DE ALBA EN LA SOCIEDAD                | -   |
| <b>Aspectos materiales y cobertura</b>        |  |   |
| G4-17   |  | 27 sociedades que incluyen sociedades del Grupo, asociadas e inversiones Capital Riesgo; figurando la totalidad en la memoria   |
| G4-18   |  | El proceso seguido de determinación de la materialidad y el contenido se ha realizado de forma interna y con la participación de expertos en sostenibilidad   |
| G4-19   | LA MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS DE ALBA      | -   |
| G4-20   |  | N/A   |
| G4-21   |  | La materialidad ha quedado limitada a los aspectos internos a la organización   |
| G4-22   |  | No hay reexpresiones del contenido de la memoria del año anterior   |
| G4-23   |  | No ha habido cambios significativos en el alcance o la cobertura de cada aspecto material   |
| <b>Participación de los grupos de interés</b> |  |   |
| G4-24   | LA MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS DE ALBA      | -   |
| G4-25   |  | La elección se basa en los impactos que pueden generar en el negocio y en los que se generan con la actividad de Alba   |
| G4-26   |  | N/A   |
| G4-27   |  | No se han registrado problemas con los grupos de interés  |
| <b>Perfil de la memoria</b>                   |  |   |
| G4-28   |  | Año natural 2016  |
| G4-29   |  | 30 de marzo de 2016   |
| G4-30   |  | Annual  |
| G4-31   |  | <a href="mailto:iff@alba-cfa.com">iff@alba-cfa.com</a>  |
| G4-32   | LA MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS DE ALBA      | -   |
| G4-33   |  | No se ha realizado una verificación de la memoria por parte de entidades externas   |
| <b>Gobierno</b>                               |  |   |
| G4-34   |  | La Junta General de Accionistas, convocada y constituida con las formalidades legales, estatutarias y las previstas en el Reglamento de la Junta General de Accionistas, es el órgano supremo y soberano de expresión de la voluntad social.<br>(i) Comisión de Nombramientos y Retribuciones -formada por Consejeros externos, siendo la mayoría de sus miembros y su Presidente, Consejeros independientes-<br>(ii) Comisión de Auditoría y Cumplimiento-formada por Consejeros externos, siendo la mayoría de sus miembros y su Presidente, Consejeros independientes-<br>(iii) Comisión de Operaciones -compuesta por un mínimo de tres y un máximo de seis Consejeros, designados por el Consejo de Administración teniendo en cuenta sus conocimientos, aptitudes y experiencia y los cometidos de la Comisión. |
| <b>Ética e integridad</b>                     |  |   |
| G4-56   | EL EQUIPO HUMANO DE ALBA                         | -   |
| <b>Desempeño económico</b>                    |  |   |
| G4-EC1  |  | Importe neto de la cifra de negocios 18,6 ME (incluidos ingresos por alquileres)  |
| <b>Energía</b>                                |  |   |
| G4-EN3  | LA HUELLA AMBIENTAL DE ALBA                      | -   |
| <b>Agua</b>                                   |  |   |
| G4-EN8  | LA HUELLA AMBIENTAL DE ALBA                      | -   |
| <b>Emisiones</b>                              |  |   |
| G4-EN15                                       | LA HUELLA AMBIENTAL DE ALBA                      | -   |
| <b>Empleo</b>                                 |  |   |
| G4-LA2  | EL EQUIPO HUMANO DE ALBA                         | -   |
| <b>Salud y seguridad en el trabajo</b>        |  |   |
| G4-LA6  |  | Durante 2016 ha habido 4 personas de baja por enfermedad, por un total de 396 días (305, 60, 26 y 5 días). Y 2 bajas por maternidad (43 y 12 días)  |
| <b>Capacitación y educación</b>               |  |   |
| G4-LA9  | EL EQUIPO HUMANO DE ALBA                         | -   |
| <b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b> |  |   |
| G4-LA12                                       | EL EQUIPO HUMANO DE ALBA                         | -   |
| <b>Cumplimiento regulatorio</b>               |  |   |
| G4-SO8  |  | Durante el año 2016 no se han registrado ni multas ni sanciones en este ámbito  |