



Puig registra un sólido desempeño en el primer semestre de 2026 y gana cuota de mercado en distintas categorías

- Las ventas netas alcanzaron los 2.354 M€, un aumento del +4,4% a perímetro y tipo de cambio constantes (LFL) y del +2,4% en términos reportados, superando al mercado de belleza premium.
- Todos los segmentos de negocio y regiones crecieron en el primer semestre de 2026, liderados por el segmento de Fragancias y Moda y el de Maquillaje.
- Se lograron incrementos en cuota de mercado (Value Market Share, VMS) en distintas categorías y regiones, reflejando la sólida demanda de las marcas de Puig.
- El EBITDA ajustado alcanzó los 460 M€, un aumento de +3,2% respecto a 2025, con un margen que mejoró en 15 puntos porcentuales, hasta alcanzar 19,5%.
- El beneficio neto ajustado ascendió a 260 M€ en el primer semestre, lo que representa una mejora en el margen de 30 puntos porcentuales hasta alcanzar 11,1%.
- El ratio de deuda neta / EBITDA ajustado se situó en 1,5x, reflejando los pagos de dividendos previstos y la reducción de los pasivos asociados a combinaciones de negocios.
- Puig reitera sus perspectivas financieras para el ejercicio 2026, con la expectativa de seguir creciendo por encima del mercado de belleza premium en términos LFL y de mantener un margen de EBITDA ajustado estable, en línea con el ejercicio 2025.

Jose Manuel Albesa, CEO de Puig, ha declarado: “Puig ha registrado un sólido primer semestre de 2026, ganando cuota de mercado en el conjunto de categorías y regiones. El crecimiento del 4,4% LFL en ventas netas refleja la fortaleza de nuestra conexión con los consumidores a nivel global y el carácter distintivo de nuestras marcas.



Nuestro resultado ha sido sólido y equilibrado, liderado por Fragancias y Maquillaje. Carolina Herrera impulsó el crecimiento en Prestige, mientras que nuestro portfolio de fragancias Niche, encabezado por Byredo, continuó creciendo a doble dígito. Maquillaje mantuvo su excelente desempeño, impulsado por Charlotte Tilbury, mientras que Uriage siguió reforzando su posición competitiva dentro del Cuidado de la piel, a pesar de una evolución más moderada de la categoría Premium de este segmento.

La fortaleza de nuestro negocio se reflejó en todas las regiones en las que operamos. Asia-Pacífico registró un crecimiento excepcional del +20,9%, LFL, respaldado por un excelente desempeño en todas las categorías. Norteamérica obtuvo sólidos resultados, mientras que Europa mostró un crecimiento resiliente. A pesar de un contexto complejo, hemos ganado cuota de mercado en Travel Retail, que sigue siendo un canal estratégico para Puig.

De cara al futuro, mantenemos nuestra confianza en la fortaleza estructural de la belleza premium y en la capacidad de Puig para continuar creciendo por encima del mercado. Estamos logrando un crecimiento orgánico sólido, impulsado por el liderazgo de nuestras marcas y por el talento de nuestros equipos. Seguiremos invirtiendo en nuestras marcas, fomentando la innovación y ejecutando nuestra estrategia con disciplina, siempre centrados en un crecimiento sostenible y en la creación de valor a largo plazo. Afrontamos el futuro desde una posición sólida y esperamos compartir más detalles sobre nuestra estrategia durante nuestro Capital Markets Day.”

Sólidos resultados generalizados, impulsados por Fragancias y Moda, Maquillaje y la región Asia-Pacífico

Desglose de ventas en el primer semestre de 2026

	Q2 2025	Q2 2026	Crecimiento Q2	H1 2025	H1 2026	Crecimiento H1
	M€	M€		M€	M€	
Ventas netas (en términos reportados)	1.093,5	1.138,4	+4,1%	2.299,3	2.353,7	+2,4%
Crecimiento a perímetro y tipo de cambio constantes (LFL) ⁽¹⁾	+7,7%	+4,1%		+7,6%	+4,4%	

¹El crecimiento a perímetro y tipo de cambio constantes (LFL) refleja el crecimiento orgánico ajustando las ventas netas por el impacto de (i) cambios de ámbito/perímetro y (ii) las fluctuaciones de los tipos de cambio.



Puig registró unos sólidos resultados financieros en el primer semestre de 2026, alcanzando unas ventas netas de 2.354 M€, lo que representa un crecimiento del +4,4% LFL y del +2,4% en términos reportados. Esta evolución refleja la solidez del segmento Fragancias y Moda, junto con una favorable contribución de Maquillaje y las marcas de Derma. Durante el periodo, la demanda se mantuvo resiliente en todas las regiones, con un crecimiento sostenido en Asia-Pacífico y una aceleración en Américas, con una destacada evolución positiva de los canales online.

La evolución de los tipos de cambio tuvo un impacto negativo del (2,1%) en las ventas netas reportadas durante el periodo, principalmente por la debilidad del dólar estadounidense.

El impacto de la situación en Oriente Medio se estima en aproximadamente (14) M€ durante el primer semestre de 2026, lo que representa un (0,6%) de las ventas totales del periodo, ligeramente por debajo de las previsiones iniciales.

En el segundo trimestre, **Puig** generó unas ventas netas de 1.138 M€, lo que representa un crecimiento de 4,1% tanto en términos LFL como reportados. Este desempeño reflejó la fortaleza de Fragancias y Moda, junto con la positiva contribución de Maquillaje y las marcas de Dermocosmética.

Desglose de ventas por segmento de negocio

	Q2 2025 M€	Q2 2026 M€	Crecimiento Q2		H1 2025 M€	H1 2026 M€	Crecimiento H1	
			Reportado	LFL			Reportado	LFL
Fragancias y Moda	788,3	818,9	+3,9%	+3,7%	1.684,7	1.716,1	+1,9%	+3,8%
Maquillaje	173,9	188,0	+8,1%	+9,1%	339,1	358,8	+5,8%	+9,1%
Cuidado de la piel	131,3	131,6	+0,2%	(0,3%)	275,5	278,8	+1,2%	+2,3%

Fragancias y Moda generó unas ventas netas de 1.716 M€ en el primer semestre de 2026, con un crecimiento del +3,8% LFL. El segmento representó el 73% de las ventas netas de **Puig** durante el periodo.

Estos resultados permitieron a **Puig** alcanzar una cuota de mercado en perfumería selectiva del 11,1%⁽²⁾, lo que supone un incremento de +0,3 puntos porcentuales respecto al primer semestre de 2025, impulsado principalmente por Asia-Pacífico, Travel Retail y Norteamérica.

² Value Market Share para fragancias selectivas, según fuentes del sector y últimos datos disponibles.



El crecimiento estuvo respaldado por la fortaleza continuada del portfolio de fragancias de **Puig**, tanto en las categorías Prestige como Niche. Dentro de Prestige, destacó el crecimiento a doble dígito de Carolina Herrera, donde La Bomba continúa consolidando el éxito de su lanzamiento, mientras que Good Girl mantiene su sólida posición en el mercado. Las fragancias Niche siguieron creciendo a doble dígito y superando la evolución del mercado, lideradas por Byredo y Dries Van Noten.

En el segundo trimestre, Fragancias y Moda generó unas ventas netas de 819 M€, con un crecimiento del +3,7% LFL. El segmento mantuvo las tendencias observadas en los distintos mercados durante el trimestre. La innovación estuvo protagonizada por las marcas Niche, con el lanzamiento brumas corporales de Byredo y Penhaligon's, que invitan a los consumidores descubrir las marcas a través de nuevos formatos que facilitan la experimentación y amplían su atractivo entre un público más amplio. Esta oferta se complementó con extensiones en Prestige, como La Bomba Intensa de Carolina Herrera y Gaultier Divine Belle.

Maquillaje generó unas ventas netas de 359 M€ en el primer semestre de 2026, con un crecimiento del +9,1% LFL. El segmento representó el 15% de las ventas netas de **Puig**.

El crecimiento siguió impulsado por Charlotte Tilbury, la mayor marca del segmento, que mantuvo sus posiciones de liderazgo en sus principales mercados, respaldada en una sólida evolución del *sell-out*, además de aumentar su cuota de mercado en 0,4 puntos porcentuales de VMS⁽³⁾.

En el segundo trimestre, Maquillaje registró unas ventas netas de 188 M€, con un crecimiento del +9,1% LFL. Este resultado estuvo respaldado por la sólida evolución del *sell-out* de Charlotte Tilbury y por su expansión en Boots UK durante el periodo. Entre los principales lanzamientos de la marca en el segundo trimestre destacaron Pillow Talk Blushing Balm, Exagger-Eyes Easy Eyeshadow Stick y Unreal Highlighter.

Cuidado de la piel generó unas ventas netas de 279 M€ en el primer semestre de 2026, con un crecimiento del +2,3% LFL. El segmento representó el 12% de las ventas netas de **Puig** durante el periodo.

³ Cuota de mercado y rankings de Charlotte Tilbury según Circana, a 30 de junio de 2026. El alcance de la cuota de mercado incluye los cinco principales mercados de Europa.



El resultado fue impulsado por Uriage, la principal marca del segmento, que continuó superando al mercado de Dermocosmética y registró crecimientos a doble dígito en sus mercados clave. Con ello, aumentó su cuota de mercado en valor en 0,2 puntos porcentuales⁽⁴⁾, hasta alcanzar el 2,6%.

En el segundo trimestre, Cuidado de la piel generó unas ventas netas de 132 M€, con un descenso del (0,3%) LFL. Aunque la categoría Dermocosmética registró un sólido desempeño, liderado por Uriage, y las marcas locales de Skincare Wellness continuaron ganando cuota de mercado, esta evolución se vio afectada por una demanda más moderada en la categoría Premium del segmento, incluido el impacto de los ajustes realizados en determinadas líneas de producto. Durante el trimestre, Uriage siguió ampliando la franquicia Xémose.

⁴Cuota de mercado de Uriage según IQVIA. Los mercados incluidos son Francia, Portugal, Italia, España, Bélgica y Grecia. Todos los datos corresponden al acumulado del año hasta mayo de 2026 (YTD).

Desglose de las ventas netas por segmentos geográficos

	Q2 2025 M€	Q2 2026 M€	Crecimiento Q2 Reportado	LFL	H1 2025 M€	H1 2026 M€	Crecimiento H1 Reportado	LFL
EMEA	555,0	565,2	+1,8%	+2,1%	1.198,7	1.221,1	+1,9%	+2,6%
Américas	416,0	430,8	+3,6%	+3,2%	867,0	859,2	(0,9%)	+2,6%
Asia-Pacífico	122,5	142,4	+16,2%	16,1%	233,6	273,4	+17,0%	+20,9%

EMEA generó unas ventas netas de 1.221 M€ en el primer semestre de 2026, con un crecimiento del +2,6% LFL. La región representó el 52%⁽⁵⁾ de las ventas netas totales de **Puig**. El desempeño reflejó una evolución estable en los mercados europeos, respaldada por la fortaleza del portfolio de fragancias de **Puig** y por un crecimiento generalizado en los principales mercados. Esta evolución se vio parcialmente contrarrestada por el impacto de la situación en Oriente Medio.

⁵ Los totales pueden presentar diferencias debido al redondeo.

En el segundo trimestre, EMEA generó unas ventas netas de 565 M€, con un crecimiento del +2,1% LFL. El desempeño reflejó unas dinámicas similares a las observadas en el primer trimestre, aunque se vio afectado por el impacto de la situación en Oriente Medio, estimado en (6) M€ y concentrado principalmente en el canal Travel Retail.



La región de **Américas** generó unas ventas netas de 859 M€ en el primer semestre de 2026, con un crecimiento del +2,6%. La región representó el 37%⁽⁵⁾ de las ventas netas totales de **Puig**. Este resultado refleja la fortaleza continuada de Norteamérica, donde **Puig** siguió creciendo por encima del mercado gracias al buen desempeño de Fragancias y a la sólida evolución del sell-out de Maquillaje, mientras que Latinoamérica mostró resiliencia en un entorno competitivo.

En el segundo trimestre, la región generó unas ventas netas de 431 M€, con un crecimiento del +3,2% LFL.

Asia-Pacífico alcanzó unas ventas netas de 273 M€ en el primer semestre de 2026, con un crecimiento del +20,9% LFL. La región representó el 12%⁽⁵⁾ de las ventas netas totales de **Puig**. Asia-Pacífico volvió a registrar el mayor crecimiento entre todas las regiones, gracias al sólido desempeño de las fragancias Niche y a una demanda de los consumidores que se mantuvo fuerte en toda la región. En maquillaje, Charlotte Tilbury continuó registrando una evolución excepcional en la región.

En el segundo trimestre, Asia-Pacífico generó unas ventas netas de 142 M€, con un crecimiento del 16,1% LFL. La región mantuvo una evolución positiva en todas las categorías.



Principales indicadores de la cuenta de resultados del primer semestre de 2026

En millones de euros

	H1 2025	H1 2026	Crecimiento H1
Ventas netas	2.299,3	2.353,7	+2,4%
Margen bruto de explotación	1.742,1	1.776,3	+2,0%
Margen bruto (%)	75,8%	75,5%	
EBITDA ajustado ⁽⁶⁾	445,4	459,6	+3,2%
Margen EBITDA ajustado (%)	19,4%	19,5%	
Resultado atribuido a la Sociedad dominante	275,0	262,8	(4,4%)
Margen de resultado atribuido a la Sociedad dominante	12,0%	11,2%	
Resultado atribuido ajustado a la Sociedad dominante	247,3	260,3	+5,2%
Margen de resultado atribuido a la Sociedad dominante ajustado	10,8%	11,1%	

⁽⁶⁾ El EBITDA ajustado excluye los gastos de reestructuración, los gastos relacionados con adquisiciones de transacciones materiales, las ganancias y pérdidas de la venta de negocios o bienes inmuebles, y ciertos elementos no operativos que son materiales para los estados financieros consolidados.

El **margen bruto** se situó en el 75,5% en el primer semestre de 2026, frente al 75,8% registrado en el mismo periodo de 2025. Aunque la evolución del mix continuó teniendo un efecto positivo y se observó una mejora en las pérdidas de inventario, estos factores se vieron afectados por el impacto desfavorable de los tipos de cambio.

El **EBITDA ajustado** alcanzó los 460 M€, lo que supone un incremento interanual del +3,2%. El margen de EBITDA ajustado mejoró en 15 puntos básicos hasta situarse en 19,5%. Esta evolución refleja el efecto combinado de un menor margen bruto y de mayores costes de distribución, afectados principalmente por el incremento de los costes de transporte derivado de las disrupciones en Oriente Medio. Estos impactos se vieron compensados por menores gastos en publicidad y promoción (A&P), como consecuencia del calendario de inversiones en el portfolio de marcas de **Puig**, que se concentrarán en mayor medida en la segunda mitad del ejercicio.



El **resultado operativo** ascendió a 340 M€, lo que representa un incremento interanual del +2,3%, con un margen operativo del 14,5%, estable respecto al mismo periodo del año anterior.

El **beneficio neto ajustado** fue de 260 M€, +5,2% en comparación con el primer semestre de 2025. Así, el margen aumentó en 30 puntos básicos, hasta situarse en 11,1%. Esta mejora refleja una evolución favorable del resultado financiero y una mayor contribución de las sociedades participadas, a pesar del incremento de la carga fiscal registrado durante el primer semestre de 2026.

El **beneficio neto reportado** se redujo un (4,4%) interanual, hasta los 263 M€, debido a costes extraordinarios relacionados con transacciones registrados durante el primer semestre de 2026 y a una base comparativa desfavorable frente a los ingresos extraordinarios contabilizados en el primer semestre de 2025.

Las **ganancias ajustadas por acción** se situaron en 0,46 € en el primer semestre.

Resultado operativo por segmento de negocio

En millones de euros, excepto %

	H1 2025 (M€)	H1 2025 (Margen %)	H1 2026 (M€)	H1 2026 (Margen %)
Fragancias y Moda	299,3	17,8%	329,3	19,2%
Maquillaje	12,1	3,6%	6,5	1,8%
Cuidado de la piel	21,0	7,6%	4,2	1,5%
Total	332,3	14,5%	340,1	14,5%

En **Fragancias y Moda** el resultado operativo aumentó hasta los 329 M€ en el primer semestre de 2026, frente a los 299 M€ del año anterior, alcanzando un margen operativo del 19,2%. El desempeño se vio favorecido por el apalancamiento operativo, la disciplina en la gestión de costes y una menor concentración de inversiones en marcas durante el primer semestre, dado que una parte significativa de estas se materializará en la segunda mitad del ejercicio.



El resultado operativo de **Maquillaje** descendió hasta los 6,5 M€, frente a los 12,1 M€ registrados en el primer semestre de 2025, con un margen operativo del 1,8%, reflejando el incremento previsto de las inversiones en A&P destinadas a Charlotte Tilbury durante 2026.

El resultado operativo de **Cuidado de la piel** disminuyó hasta los 4,2 M€, frente a los 21,0 M€ registrados en el primer semestre de 2025, con un margen operativo del 1,5%, reflejando un crecimiento moderado de las ventas de las marcas de la categoría Premium del segmento durante el periodo, combinado con un nivel sostenido de inversiones en las distintas marcas como parte de sus estrategias de crecimiento a largo plazo.

Flujo de caja operativo y balance 2026

El flujo de caja libre de las operaciones se situó en (196) M€, frente a los (116) M€ registrados en el primer semestre de 2025. La generación de caja durante el primer semestre reflejó factores temporales adversos en el capital circulante, impulsados principalmente por unos niveles de inventario que se mantuvieron en niveles elevados por prudencia ante el contexto macroeconómico actual. Estos efectos se vieron parcialmente compensados por mayores ajustes de flujo de caja, impulsados por el tratamiento contable relacionado con los tipos de cambio y por impuestos. El capex se mantuvo bajo una gestión disciplinada y representó el 3,3% de las ventas netas.

La deuda neta ascendió a 1.589 M€ a 30 de junio de 2026, reflejando el pago de dividendos, la estacionalidad habitual de los flujos de caja y el desembolso asociado a la operación de adquisición de la participación minoritaria de Charlotte Tilbury, correspondiente al incremento adicional del 6,5% de la participación en la compañía, así como los pagos vinculados a los *earn-outs* relacionados con la adquisición inicial de 2020. El ratio Deuda neta / EBITDA ajustado se situó en 1,5x, 0,1x por encima del nivel registrado en el primer semestre de 2025, y manteniéndose cómodamente por debajo del objetivo de apalancamiento a medio plazo de la compañía, fijado en 2,0x.

Puig continúa manteniendo un sólido balance, que le proporciona la flexibilidad necesaria para seguir invirtiendo en sus marcas, impulsar la innovación y desarrollar su portfolio de forma disciplinada.



Perspectivas financieras

Puig reafirma sus perspectivas para el ejercicio 2026 y espera seguir superando la evolución del mercado de belleza premium en términos LFL y mantener estable el margen de EBITDA ajustado, en línea con el ejercicio 2025.

Eventos significativos

En marzo de 2026, Jose Manuel Albesa fue nombrado CEO de **Puig**, mientras que Marc Puig continúa en el cargo de Presidente Ejecutivo.

En línea con lo anunciado tras la renovación de su alianza en 2024, **Puig** incrementó su participación en Charlotte Tilbury en un 6,5%, por un importe de 260 M€, hasta alcanzar el 85% del capital en abril de 2026, avanzando así hacia la adquisición total de la marca en 2031.

Puig anunció la celebración de su Capital Markets Day, que tendrá lugar el 28 de octubre de 2026.

Home of Creativity

Puig reforzó su portfolio de moda con el nombramiento de Olivier Rousteing como Director Creativo de Rabanne. Rousteing combina una gran relevancia cultural con una reconocida trayectoria en la construcción de marcas deseables, y bajo su dirección creativa la *maison* profundizará en el diálogo entre moda y belleza que caracteriza a Rabanne.

Duran Lantink presentó su primera colección de Alta Costura para Gaultier durante la Semana de la Moda de París de julio. Un debut que fue celebrado por mantenerse fiel al espíritu irreverente que ha hecho de Gaultier una marca única.

Puig firmó una alianza de tres años con la Fondazione Dries Van Noten, en Venecia, reforzando su compromiso a largo plazo con la creatividad y las relaciones duraderas con los fundadores de sus Love Brands.



Puig también apoyó la presentación de la exposición *Miró and the United States* en The Phillips Collection de Washington D.C. La exposición, presentada inicialmente en Barcelona, celebra un capítulo fundamental de la creatividad del siglo XX. Esta colaboración refleja el papel de **Puig** en la promoción del diálogo cultural ante audiencias internacionales.



Sobre Puig

Puig es un hogar de marcas altamente deseadas, dentro de una empresa familiar, que fomentan el bienestar, la confianza y la autoexpresión, además de dejar un mundo mejor. Desde 1914, nuestro espíritu emprendedor, nuestra creatividad y nuestra pasión por la innovación nos han posicionado como un líder global en la industria de la belleza premium. Nuestra casa de Love Brands, presente en los segmentos de negocio de Fragancias y Moda, Maquillaje y Cuidado de la piel, genera vínculo y compromiso a través de las magníficas historias que cuenta, que conectan con las emociones de las personas y se ve fortalecida por un potente ecosistema de fundadores. El portfolio de **Puig** incluye nuestras marcas Rabanne, Carolina Herrera, Charlotte Tilbury, Jean Paul Gaultier, Nina Ricci, Dries Van Noten, Byredo, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Uriage, Apivita, Dr. Barbara Sturm, Kama Ayurveda y Loto del Sur, así como las licencias Christian Louboutin, Banderas y Adolfo Dominguez, entre otras.

En **Puig** defendemos los valores y principios establecidos por tres generaciones de liderazgo familiar. Actualmente seguimos construyendo sobre este legado a través de un fuerte compromiso en nuestra Agenda ESG (medioambiental, social y de gobernanza), alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

En 2025, **Puig** registró unas ventas netas de 5.042 M€. **Puig** vende sus productos en más de 150 países, y tiene oficinas y filiales en 33 de ellos.

Síguenos en [Instagram](#) [LinkedIn](#)

Para más información:

Investor Relations

investor.relations@puig.com

Global Communications

global.communications@puig.com



Apéndices

Apéndice 1: Cuenta de resultados intermedia condensada consolidada

(Miles de euros)	Notas	H1 2025	H1 2026
Ingresos netos	4-5	2.299.324	2.353.696
Coste de ventas		(557.233)	(577.419)
Margen bruto de explotación		1.742.091	1.776.277
Gastos de distribución		(108.188)	(116.779)
Gastos de publicidad y promoción		(758.347)	(758.137)
Gastos de ventas, generales y administración		(543.246)	(561.244)
Resultado operativo	4-5	332.310	340.117
Otros ingresos y gastos operacionales	6	–	(9.977)
Resultado operacional		332.310	330.140
Resultado financiero	7	(14.226)	(9.127)
Beneficio / (Pérdida) en empresas asociadas y negocios conjuntos y deterioros de activos	10	26.915	30.456
Beneficio antes de impuestos		344.999	351.469
Impuesto sobre sociedades		(64.095)	(84.966)
Resultado del ejercicio		280.904	266.503
Resultado atribuible a accionistas minoritarios (beneficio) / pérdida	14	(5.896)	(3.688)
Resultado atribuido a la Sociedad dominante		275.008	262.815

Las notas 1 a 24 incluidas en los estados financieros intermedios consolidados condensados y los anexos son parte integral de la cuenta de resultados intermedia condensada consolidada correspondientes a los períodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2026 y 30 de junio de 2025.



Apéndice 2: Estado de resultados global intermedio condensado consolidado

(Miles de euros)	Notas	H1 2025	H1 2026
Resultado del ejercicio		280.904	266.503
Pérdidas y ganancias netas procedentes de flujos de efectivo		27.192	(12.717)
Efecto impositivo		(5.113)	2.573
Diferencias de conversión		(59.933)	40.416
Partidas que pueden traspasarse a resultados		(37.854)	30.272
Activos financieros a valor razonable con cambios en el patrimonio neto		(480)	(49)
Efecto impositivo		—	—
Resultados globales registrados en patrimonio neto		(480)	(49)
Total resultado global consolidado del periodo		242.570	296.726
Atribuido a:			
La sociedad dominante		237.659	292.684
Accionistas minoritarios		4.911	4.042

Las notas 1 a 24 contenidas en las notas a los estados financieros intermedios consolidados condensados y los anexos constituyen una parte integral del estado de resultados global intermedio condensado consolidado correspondientes a los períodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2026 y 30 de junio de 2025.



Apéndice 3: Estado de cambios en el patrimonio neto intermedio condensado consolidado

(Miles de euros)	Capital	Reservas	Acciones Propias	Reservas por revalorización de activos y pasivos no realizados	Diferencias de conversión	Accionistas Minoritarios	Total
Saldo al 31 de diciembre de 2024	128.499	3.612.174	(80.281)	(27.720)	(106.568)	11.580	3.537.684
Total resultado global consolidado del periodo	—	275.008	—	21.599	(58.948)	4.911	242.570
Operaciones con accionistas							
Distribución de dividendos	—	(212.260)	—	—	—	(210)	(212.470)
Adquisición de minoritarios	—	—	—	—	1.126	—	1.126
Otras variaciones de patrimonio							
Opciones put y call	—	111.462	—	—	—	—	111.462
Reclasificación de accionistas minoritarios	—	4.600	—	—	—	(4.600)	—
Otras variaciones	—	(1.151)	—	—	(1.036)	685	(1.502)
Saldo al 30 de junio de 2025	128.499	3.789.833	(80.281)	(6.121)	(165.426)	12.366	3.678.870
Saldo al 31 de diciembre de 2025	128.499	4.058.057	(80.281)	(15.194)	(191.813)	12.574	3.911.842
Total resultado global consolidado del periodo	—	262.815	—	(10.193)	40.062	4.042	296.726
Operaciones con accionistas							
Distribución de dividendos	—	(237.478)	—	—	—	(27.989)	(265.467)
Acciones propias	—	—	(137)	—	—	—	(137)
Adquisición de minoritarios	—	7.638	—	—	(54)	—	7.584
Otras variaciones de patrimonio							
Opciones put y call	—	79.175	—	—	—	—	79.175
Reclasificación de accionistas minoritarios	—	(23.843)	—	—	—	23.843	—
Pagos basados en acciones	—	11.797	—	—	—	—	11.797
Otras variaciones	—	3.209	—	—	—	52	3.261
Saldo al 30 de junio de 2026	128.499	4.161.370	(80.418)	(25.387)	(151.805)	12.522	4.044.781

Las notas del 1 al 24 contenidas en las notas a los estados financieros intermedios condensados consolidados y los anexos son una parte integral de los estados de cambios en el patrimonio neto correspondientes a los períodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2026 y 30 de junio de 2025.



Apéndice 4: Estado de flujos de efectivo intermedio condensado consolidado

(Miles de euros)	Notas	H1 2025	H1 2026
Flujos de efectivo de actividades de explotación			
Resultado atribuido a la sociedad dominante		275.008	262.815
Resultado atribuido a accionistas minoritarios		5.896	3.688
Ajustes al resultado			
Amortizaciones y deterioros	9	113.130	119.467
Impuestos diferidos		(14.123)	(14.911)
Gasto financiero por arrendamientos	7-18	5.180	5.558
Resultados de operaciones de inversión y financiación		11.886	12.820
Otros conceptos no monetarios y provisiones *		(50.786)	20.445
Beneficio / (pérdida) de participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos		(26.915)	(30.456)
Flujo de efectivo de otros activos y pasivos no corrientes		(14.493)	(14.363)
Flujo de efectivo bruto procedente de actividades operativas		304.783	365.063
Cambios en el capital circulante (neto de cambios en el perímetro y partidas no sujetas a flujo de tesorería)	23	(351.024)	(483.644)
Flujo de efectivo neto procedente de actividades operativas (I)		(46.241)	(118.581)
Flujos de efectivo de actividades de inversión			
Adquisición de inmovilizado material y activo intangible	9	(70.031)	(78.447)
Dividendos recibidos		6.000	6.000
Cambios en otros activos financieros (incluyendo inversiones financieras)		10.926	8.569
Adquisición de accionistas minoritarios		(13.485)	(260.115)
Pagos vinculados a adquisiciones, incluidos earn-outs		—	(112.049)
Préstamos con otras partes vinculadas		13.402	396
Flujo de efectivo neto procedente de actividades de inversión (II)		(53.188)	(435.646)
Flujos de caja de actividades de financiación			
Adquisición de acciones propias		—	(137)
Dividendos pagados		(202.347)	(254.230)
Emisión de préstamos bancarios		289.054	435.691
Devolución de préstamos bancarios		(539.947)	(413.928)
Devolución de deudas por arrendamientos		(43.093)	(48.557)
Flujo de efectivo neto procedente de actividades de financiación (III)		(496.333)	(281.161)
Efecto de la variación por los tipos de cambio en tesorería (IV)		(3.562)	4.052
Incremento neto / (disminución) en tesorería y equivalentes (I + II + III + IV)		(599.324)	(831.336)
Total tesorería y equivalentes al inicio del periodo		882.646	1.036.392
Tesorería y equivalentes a 30 de junio		283.322	205.056

* Incluye principalmente ajustes en Earn-outs, prestaciones para empleados y otros conceptos. Las notas del 1 al 24 incluidas en las notas a los estados financieros intermedios consolidados condensados y los anexos son una parte integral de los estados de flujos de efectivo intermedios condensados consolidados correspondientes a los períodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2026 y 30 de junio de 2025.



Apéndice 5: Balance de situación intermedio condensado consolidado

(Miles de euros)	Notas	FY 2025	H1 2026
Activo			
Inmovilizado material	9	400.038	408.775
Activo intangible	9	4.598.653	4.625.479
Activos derecho de uso	9	373.505	367.979
Participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos	10	414.760	455.186
Otros activos no corrientes	11	35.454	38.636
Activos por impuestos diferidos		192.374	219.008
Total activo no corriente		6.014.784	6.115.063
Existencias	12	693.605	844.637
Clientes y deudores	11	578.466	693.645
Otros activos corrientes	13	224.367	232.132
Tesorería y equivalentes		1.036.392	205.056
Total activo corriente		2.532.830	1.975.470
Total activo		8.547.614	8.090.533
Pasivo			
Capital social	14	128.499	128.499
Reservas y ganancias acumuladas	14	4.058.057	4.161.370
Acciones propias	14	(80.281)	(80.418)
Reservas por valoración de activos y pasivos no realizados	14	(15.194)	(25.387)
Diferencias de conversión	14	(191.813)	(151.805)
Patrimonio neto de la Sociedad dominante		3.899.268	4.032.259
Accionistas minoritarios	14	12.574	12.522
Total patrimonio neto		3.911.842	4.044.781
Deudas con entidades de crédito	16	718.327	643.340
Pasivos por impuestos diferidos		622.130	631.635
Provisiones y otros pasivos	19	1.041.736	967.978
Total pasivo no corriente		2.382.193	2.242.953
Deudas con entidades de crédito	16	634.189	755.533
Proveedores y acreedores		245.164	258.246
Otras cuentas a pagar a corto plazo	22	1.337.065	759.870
Impuesto sobre sociedades a pagar		37.161	29.150
Total pasivo corriente		2.253.579	1.802.799
Total pasivo		8547614	8.090.533

Las notas 1 a 24 incluidas en los estados financieros intermedios consolidados condensados y los anexos son parte integral del balance de situación intermedio condensado consolidado a 30 de junio de 2026 y a 31 de diciembre de 2025.



Aviso Legal

Este documento ha sido preparado por Puig Brands, S.A. (la “Sociedad” y junto a sus filiales, el “Grupo”) para el único propósito expresado en el mismo y, ni el documento ni la información contenida en el mismo, podrán ser utilizados, divulgados o publicados por terceros para otros fines sin el consentimiento previo y por escrito de la Sociedad.

Ni la Sociedad, ni otras compañías del Grupo, asumirán responsabilidad alguna, ya sea por negligencia u otras circunstancias, por cualquier daño o pérdida que surja por el uso de este documento o de la información contenida en el mismo. En particular, no se debe adoptar ninguna decisión de inversión sobre acciones o valores de la Sociedad o instrumentos financieros vinculados a los mismos sobre la base del presente documento y la información en el mismo.

Este documento y la información expresada en el mismo no deben ser interpretados como una oferta o invitación para adquirir, suscribir, comprar, vender o canjear acciones o valores de la Sociedad o instrumentos financieros referenciados o que tengan como subyacente acciones o valores de la Sociedad. Tampoco se deberá considerar como una solicitud de oferta para tales actividades, ni una recomendación o asesoramiento en relación con valores emitidos por la Sociedad o instrumentos financieros referenciados o que tengan como subyacente acciones o valores de la Sociedad.

Las acciones de la Sociedad no han sido registradas bajo la Securities Act of 1933 de los Estados Unidos, y no pueden ser ni serán ofrecidas o vendidas en los Estados Unidos, salvo que se realice conforme a una declaración de registro efectiva o bajo una exención válida de los requisitos de registro. De igual manera, estas acciones no pueden ser ofrecidas o vendidas en otras jurisdicciones excepto conforme a las leyes y regulaciones aplicables en dichas jurisdicciones.

Afirmaciones o declaraciones con proyecciones de futuro

La información en este documento puede incluir declaraciones con proyecciones de futuro basadas en expectativas, estimaciones y suposiciones sobre eventos futuros. Estas declaraciones con proyecciones de futuro no constituyen hechos históricos. Las expresiones “creer”, “esperar”, “anticipar”, “intentar”, “estimar”, “prever”, “proyectar”, “planear”, “hará”, “puede”, “debería”, “objetivo”, y expresiones similares identifican declaraciones con proyecciones de futuro. Estas declaraciones prospectivas, así como las incluidas en cualquier otra información discutida en este documento, están sujetas a riesgos conocidos y desconocidos, incertidumbres y suposiciones sobre el Grupo y sus operaciones, incluyendo, entre otras cosas, el desarrollo de su negocio, su plan de crecimiento y objetivos, tendencias en su industria, tendencias económicas y demográficas, y los futuros gastos de capital y adquisiciones del Grupo. A la vista de estos riesgos, incertidumbres y suposiciones, que pueden estar fuera del control del Grupo, los eventos en las declaraciones con proyecciones de futuro pueden no ocurrir y los resultados reales, el rendimiento o los logros pueden diferir significativamente de cualquier resultado futuro, rendimiento o logro que pueda ser incluido de forma expresa o implícita en este documento. No se ofrece ninguna garantía de que cualquier declaración prospectiva vaya a ocurrir. Las declaraciones con proyección de futuro se realizan a la fecha de este documento y la Sociedad no se compromete a actualizar o revisar públicamente ninguna de esas declaraciones prospectivas, ya sea como resultado de nueva información, eventos futuros o de otra forma. Tales declaraciones con proyección de futuro no pretenden ser exhaustivas, ni han sido verificadas o auditadas por terceros. Ni la Sociedad ni las sociedades de su Grupo, sus respectivos directores, consejeros, empleados, asesores o agentes, acepta ninguna responsabilidad u obligación de ninguna clase ni ofrecen ninguna garantía, expresa o implícita, en cuanto a la veracidad, imparcialidad, exactitud, integridad o verificación de dicha información. En consecuencia, no se debe depositar una confianza indebida en ninguna declaración prospectiva contenida en este documento. La Sociedad no se compromete a actualizar públicamente las declaraciones con proyecciones de futuro para reflejar eventos o circunstancias que ocurran después de la fecha de este documento.

El rendimiento pasado no es indicativo de los resultados futuros

Las declaraciones respecto al rendimiento histórico o, en su caso, las tasas de crecimiento no pretenden dar a entender que el rendimiento futuro, la cotización de la acción o los resultados futuros de un periodo dado vayan a coincidir o superar necesariamente los de un ejercicio anterior.

Medidas alternativas de rendimiento y no-NIIF

Este documento incluye información financiera elaborada por la Sociedad conforme a las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF”) adoptadas por la Unión Europea, así como ciertas medidas financieras consolidadas no-NIIF derivadas de (o basadas en) sus registros contables, y que se consideran como medidas alternativas de rendimiento (“MARs”) a los efectos de lo dispuesto en el Reglamento Delegado (UE) 2019/979 de la Comisión, de 14 de marzo de 2019, y según se definen en las Directrices sobre Medidas Alternativas del Rendimiento emitidas por la European Securities and Markets Authority (“ESMA”) el 5 de octubre de 2015. Otras compañías pueden calcular dicha información financiera de manera diferente o pueden utilizar dichas medidas con objetivos distintos a los de la Sociedad, lo que podría limitar la utilidad de dichas medidas como medidas comparativas. Estas medidas no deben considerarse como alternativas a las medidas acordes a las NIIF, tienen un uso limitado como herramientas analíticas, no deben considerarse de manera aislada y pueden no ser indicativas de los resultados operativos de la Sociedad. Los destinatarios no deben depositar una confianza indebida en esta información.