

Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad

2025

Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad

Acerca del informe	4
1. Información general	8
1.1 Perfil de la compañía	9
Puig de un vistazo	10
Presencia geográfica	12
Hitos de Puig en 2025	13
Modelo de negocio	15
Puig	18
Propósito y valores	18
Home of Creativity	18
Nuestras Love Brands	20
La historia de Puig	30
1.2 Comunidad	32
Compromiso con el crecimiento responsable	33
Medioambiente	36
Impacto social	38
1.3 Gobierno corporativo	39
Modelo de gobierno corporativo de Puig	40
Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración	51
Integración del desempeño en sostenibilidad en los esquemas de incentivos	54
Políticas Corporativas de Puig	58
Declaración sobre diligencia debida	61
Gestión de riesgos y controles internos sobre la información de sostenibilidad	62
1.4 Performance	63
Contexto de negocio	64
Principales magnitudes 2025	65
Segmentos de negocio	70
Segmentos geográficos	76
Canales	79
1.5 Análisis de materialidad	82
Análisis de doble materialidad y sostenibilidad	83
Cuestiones de sostenibilidad relacionadas con la estrategia	83
Intereses y opiniones de los grupos de interés	84
IROs materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio	84
Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	88

2. Medioambiente	92
Cambio climático	93
Contaminación	112
Recursos hídricos y marinos	119
Biodiversidad y los ecosistemas	125
Uso de los recursos y economía circular	135
Taxonomía verde de la UE	143
3. Social	159
Las personas en Puig	160
Las personas en la cadena de valor	183
Consumidores y usuarios finales	193
4. Gobernanza	202
IROs materiales relacionados con la conducta empresarial	203
Participación de los órganos de supervisión en la definición de la cultura empresarial	205
Políticas de conducta y cultura empresarial	205
Prevención y detección de la corrupción y el soborno	210
5. Anexos	214
Anexo sobre la metodología	215
Información complementaria exigida por la Ley 11/2018	218
Requisitos de divulgación en NEIS cubiertos por el Estado de Información No Financiera Consolidado e información sobre sostenibilidad	237
Apéndice B	245
Índice de contenidos requeridos por la ley 11/2018	254
Tablas de referencias SASB	264
Los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	266
Tablas de referencias TCFD	268
Tablas de referencias TNFD	269
Estándares ISO	271
6. Informe de verificación	273

Acerca del informe

Bases para la elaboración del Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad

BP-1

Este Informe cumple con los requisitos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, la Ley de Sociedades de Capital (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. Sigue las directrices de la Comisión Europea sobre la presentación de información no financiera (2017/C 215/01) de conformidad con la Directiva 2014/95/UE y se adhiere a las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (NEIS) establecidas en la Directiva sobre Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD). Además, el informe incluye divulgación de información relacionada con el Reglamento de Taxonomía de la UE (Reglamento [UE] 2020/852), en consonancia con los requisitos aplicables durante el período sobre el que se informa.

Elaborado sobre una base consolidada, este Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad se alinea con el alcance de los estados financieros de **Puig**, abarcando **Puig Brands**, S.A. (en adelante, "**Puig Brands**") y todas sus filiales incluidas en la información financiera consolidada (en adelante, "**Puig**").

Respecto al año 2025, la CSRD no se ha traspuesto al marco legislativo español. Por ello, **Puig Brands**, siguiendo las recomendaciones de la CNMV y el ICAC, elabora voluntariamente el informe de 2025 en la línea de los requisitos de la CSRD. Dicho esto, el presente informe incluye además algunos indicadores (Anexo de Requisito de divulgación complementaria exigida por la Ley española 11/2018), no incluidos en la CSRD, para cumplir con la ley sobre divulgación de información no financiera en España.

Asimismo, **Puig Brands** ha seguido las recomendaciones establecidas en las Normas Internacionales de Información Financiera S2 (IFRS S2, por sus siglas en inglés), el marco de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con la Naturaleza (TNFD, por sus siglas en inglés), el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las normas SASB.

Toda información fuera de este alcance se especifica debidamente. De manera similar, este informe incluye información relativa a operaciones propias de **Puig**, así como de las fases anteriores (en adelante, "upstream") y posteriores (en adelante, "downstream") de su cadena de valor. A lo largo del informe se detalla el alcance de la información presentada.

De acuerdo con la Ley 11/2018, este Informe correspondiente al ejercicio 2025 (1 de enero - 31 de diciembre) proporciona información sobre derechos humanos y la lucha contra la corrupción y el soborno, así como sobre aspectos medioambientales, sociales y relativos al personal que son importantes para **Puig** en el desarrollo de sus actividades y en las localizaciones en las que opera, siguiendo los criterios de materialidad, relevancia, comparabilidad y fiabilidad.

Este informe constituye el Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad conforme a la normativa vigente y forma parte del Informe de gestión consolidado, que se presenta junto con las Cuentas anuales consolidadas de **Puig**. Se encuentra a disposición del público en www.puig.com.

A finales de 2024, **Puig** llevó a cabo un análisis de doble importancia relativa (en adelante “doble materialidad”) de acuerdo con la metodología de las Normas Europeas de Informes de Sostenibilidad (NEIS) y el Grupo Consultivo Europeo en materia de Información Financiera, abarcando toda la cadena de valor e identificando incidencias (en adelante “impactos”), riesgos y oportunidades materiales en la actividad *upstream*, *downstream* y en las operaciones de **Puig**. El análisis fue revisado durante 2025 y se simplificaron algunos términos y definiciones.

Puig no ha hecho uso de la opción de omitir información relativa a propiedad intelectual, conocimientos técnicos (know-how) o resultados de innovación, ni ha aplicado la exención de divulgación de desarrollos inminentes o asuntos en proceso de negociación.

Los datos requeridos por la Ley 11/2018 y las Normas Europeas de Informes de Sostenibilidad (NEIS) contenidos en este Informe han sido debidamente verificados por un tercero.

Para consultas generales, las partes interesadas (en adelante “grupos de interés”) pueden contactar con el departamento Global Corporate Communications, en plaza Europa, 46-48. 08902, l’Hospitalet de Llobregat, Barcelona, o por correo electrónico en corporate.communications@puig.com.

Circunstancias específicas

BP-2

Estimación de la cadena de valor

Los datos estimados del informe están relacionados principalmente con la huella de carbono de **Puig**. Globalmente, el 11 % de la huella de carbono correspondiente a 2025 se basa en datos estimados. El uso de estimaciones afecta principalmente a las emisiones de Alcance 3, responsables de más del 98% de las emisiones totales estimadas.

Para la estimación de estos datos, cuando no están disponibles como fuente primaria o secundaria, se sigue una de estas tres metodologías:

- Uso de datos históricos, a los que se añaden tendencias y estacionalidad.
- Comparación de ingresos netos con unidades de negocio y segmentos de negocio similares dentro de **Puig**.
- Uso de datos promedio del sector.

El bajo volumen de datos estimados, la experiencia consolidada de la compañía en el cálculo y los sistemas implementados para monitorear cualquier evolución o cambio, garantizan que el resultado presente un alto grado de precisión. La compañía prevé aumentar el volumen de datos primarios y secundarios, en particular de sus casas de moda, en un futuro próximo. Además, trabajará para lograr una mayor recepción de datos en tiempo real con el fin de reducir las estimaciones en la última parte del año.

Errores reportados en ejercicios anteriores

Se identificó un error en la información divulgada del período anterior, en el cálculo de las emisiones contaminantes del aire (CO y NOx) para 2024, fruto de un error de cálculo metodológico. Los datos han sido revisados y corregidos en consecuencia en el presente informe.

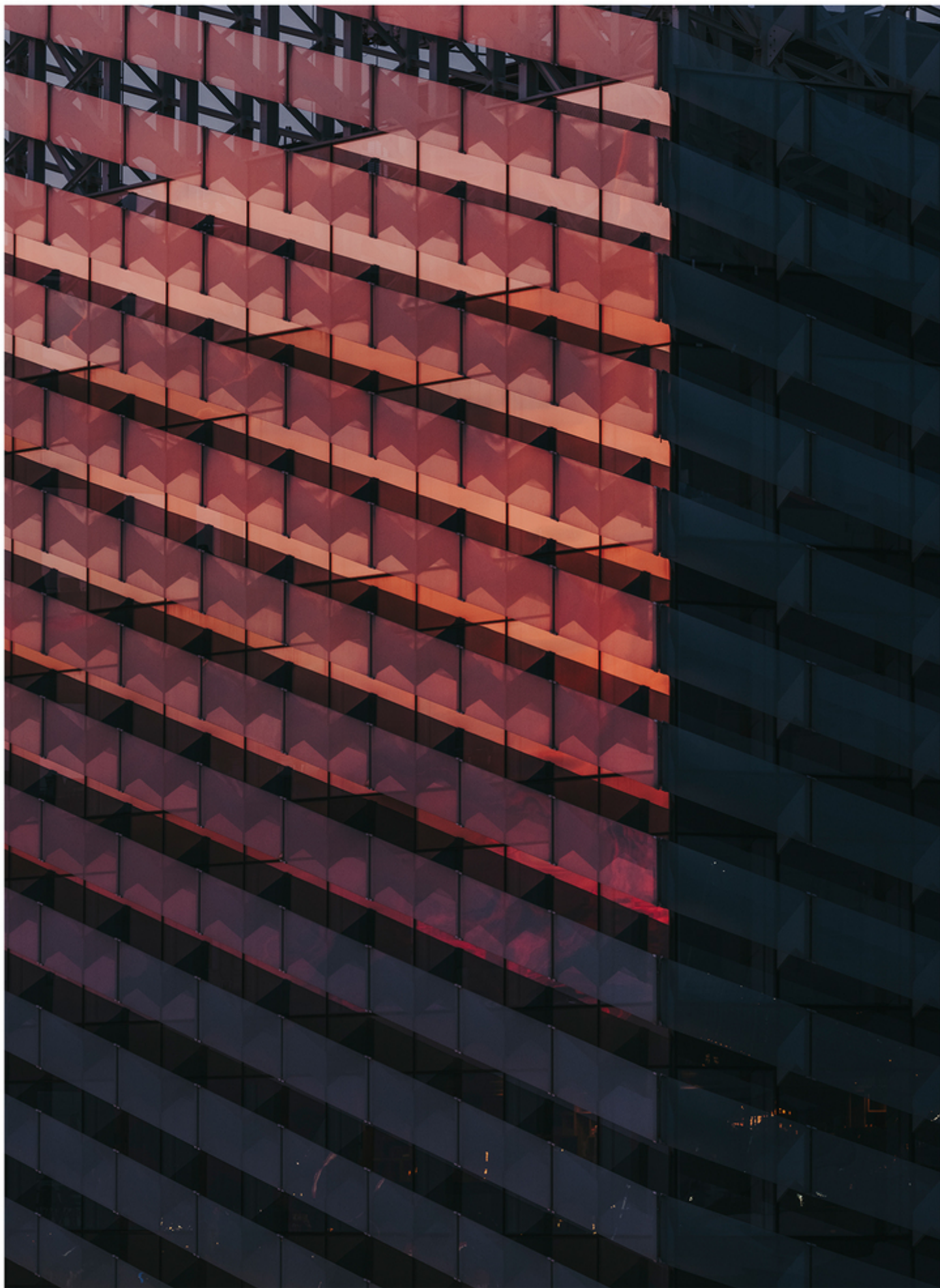
Se identificó un error en la información divulgada del período anterior, en el indicador «Porcentaje de empleados cubiertos por negociación colectiva por ubicación», debido a un problema de interpretación que afectaba a los datos reportados para Italia y Grecia. Ambos datos han sido revisados y corregidos en consecuencia en el presente informe.

Incorporación por referencia

Ninguna información requerida por las NEIS se ha incorporado mediante referencia en el informe del Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad. A lo largo del documento se incluyen referencias cruzadas para indicar en qué parte de otras secciones del documento o en otros informes, que también forman parte del Informe anual integrado, hay información relacionada.

Uso de las disposiciones de introducción paulatina de conformidad con el Apéndice C

De conformidad con las disposiciones de introducción paulatina establecidas en el Apéndice C de las NEIS 1 (en adelante, también como “Introducción del Apéndice C”), enmendadas por el Acto Delegado de la Comisión que introduce medidas atenuantes transitorias en virtud de la CSRD (“solución parche”), **Puig** ha adoptado un enfoque de introducción paulatina con respecto a los requisitos de divulgación de la NEIS S4, durante el período del que se informa. Adicionalmente al contenido mínimo requerido conforme a las NEIS 2, párrafo 17, el capítulo S4 (Consumidores y usuarios finales) incluye información considerada pertinente para los usuarios previstos y requerida por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, la Ley de Sociedades de Capital (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.



1

Información general

1.1

Perfil de la compañía

Puig de un vistazo

SBM-1

5.042 M€	Ingresos netos (+7,8% LFL vs. 2024)
587 M€	Beneficio neto ajustado (11,6% sobre ingresos netos)
17	Premium Love Brands de 10 países diferentes
(5,2%)	Emisiones de GEI (tCO ₂ e) por M€ de ingresos netos vs 2024
33	Sede central, sedes de marca y filiales a nivel mundial
7	Plantas de producción en cuatro países
13.016	Empleados ¹
ESG	Una compañía comprometida con estar a la vanguardia de la industria de la belleza en materia de ESG

			
Clima A Seguridad Hídrica A Bosques A-	Puntuación de 19,8 (Bajo Riesgo)	Score 81/100 Medalla de Oro (Top 5% empresas calificadas)	Score C+ Prime

¹El término “empleado” se utiliza en este documento como denominación neutra e inclusiva para referirse al conjunto de personas trabajadoras que forman parte de la organización, con independencia de su género, categoría profesional o modalidad contractual, a fin de alinear la terminología con el resto del informe.

Puig es una compañía global de belleza premium con una identidad distintiva, forjada a lo largo de más de un siglo por la familia fundadora y basada en su espíritu emprendedor y apertura cultural.

Su portfolio de 17 Love Brands abarca tres segmentos de negocio: Fragancias y Moda, Maquillaje y Cuidado de la piel. Estas marcas, con origen en 10 países distintos, están concebidas para perdurar, evolucionar con el paso del tiempo y conectar con consumidores de tres grandes regiones geográficas (Europa y Oriente Medio, América y Asia-Pacífico), manteniéndose fieles a su propósito.

En el segmento de Fragancias, **Puig** ocupa una posición de liderazgo a nivel mundial, con tres de sus marcas situadas entre las diez principales fragancias selectivas del mundo y una sólida presencia en la categoría de perfumería nicho. En los segmentos de Maquillaje y Cuidado de la Piel, **Puig** continúa expandiéndose con un enfoque selectivo, impulsando a fundadores y creadores que comparten el mismo espíritu emprendedor e innovador.

Guiados por unos valores sólidos y un propósito claro, **Puig** se define como un Hogar de Creatividad (Home of Creativity), un espacio de mentalidad abierta que empodera a todo tipo de creadores (Creators of all Kinds). Este espíritu perdurable cobra vida cada día gracias a un equipo global de 13.016 empleados apasionados y comprometidos.

Presencia geográfica

Puig gestiona sus operaciones globales desde su sede en Barcelona, con el apoyo de tres centros regionales clave ubicados en París, Londres y Nueva York.

Con siete plantas de producción en Europa y la India, sede corporativa en España y sedes de marca y oficinas filiales en 33 ubicaciones, **Puig** cuenta con una amplia red comercial, impulsada principalmente por *retailers* y distribuidores, junto con 330 tiendas propias en todo el mundo. Esta red integrada garantiza que los productos de **Puig** lleguen a consumidores en más de 150 países.

La presencia global de la compañía está en constante evolución, lo que refleja no solo la ambición de **Puig** sino también su apertura cultural, excelencia operativa y voluntad de crear belleza que trasciende fronteras.



13.016
 Personas trabajadoras en todo el mundo

150+
 Mercados donde se venden los productos

330
 Tiendas propias

○ Marcas (Marcas propias por país de origen)

- Apivita (Grecia)
- Byredo (Suecia)
- Carolina Herrera (EE. UU.)
- Charlotte Tilbury (Reino Unido)
- Dr. Barbara Sturm (Alemania)
- Dries Van Noten (Bélgica)
- Jean Paul Gaultier (Francia)
- Kama Ayurveda (India)
- L'Artisan Parfumeur (Francia)
- Loto del Sur (Colombia)
- Nina Ricci (Francia)
- Penhaligon's (Reino Unido)
- Rabanne (Francia)
- Uriage (Francia)

◎ Sede

Barcelona

● Plantas de producción

- España
- Francia
- Grecia
- India

● Centros regionales clave

- Londres
- París
- Nueva York

● Países

Alemania	Corea del Sur	Malasia
Arabia Saudí	EAU	México
Argentina	España	Países Bajos
Australia	Estados Unidos	Panamá
Austria	Federación Rusa	Perú
Bélgica	Francia	Portugal
Brasil	Grecia	Reino Unido
Canadá	India	Singapur
Chile	Irlanda	Suecia
China	Italia	Suiza
Colombia	Japón	Turquía

○ Marcas ◎ Sedes ● Plantas de producción ● Centros regionales clave ● Países

Hitos de Puig en 2025

- **Puig** cumplió con las previsiones para el ejercicio al alcanzar unos ingresos netos récord de 5.042 M€, lo que supone un crecimiento *like-for-like* del +7,8% respecto a 2024.
- Los tres segmentos de negocio se mantuvieron dentro o por encima de las perspectivas de crecimiento *like-for-like* para 2025.
- El EBITDA ajustado alcanzó 1.045 M€, un aumento del +7,8% con respecto a 2024, con un margen de 20,7%, (dentro de las previsiones para el año).
- En mayo de 2025, **Puig** celebró su primera Junta General de Accionistas desde que pasó a ser una compañía cotizada en 2024.
- Creación del puesto de *Deputy CEO* y nombramiento de Jose Manuel Albesa para el mismo.
- **Puig** mantuvo a tres de sus marcas entre las 10 marcas de fragancias más importantes del mundo: Rabanne, Carolina Herrera y Jean Paul Gaultier.
- Charlotte Tilbury se mantuvo como la marca de maquillaje N.º 1 en Reino Unido, N.º 3 en EE. UU. y N.º 3 en Alemania dentro del mercado de belleza de prestigio.²
- Charlotte Tilbury estableció una colaboración con Amazon US para acelerar su expansión en EE. UU.
- El primer desfile de moda de Carolina Herrera fuera de América tuvo lugar en Madrid, junto con el lanzamiento de la fragancia La Bomba.
- Duran Lantink fue nombrado nuevo Director Creativo de Jean Paul Gaultier.
- Uriage obtuvo por primera vez la certificación B Corp con una puntuación de 81.7, y Apivita renovó su certificación con una de las puntuaciones más altas registradas, 155.2 puntos.
- Lanzamiento de la Beca Carolina Herrera en colaboración con el Council of Fashion Designers of America (CFDA), destinada a apoyar a mujeres estudiantes de programas de moda y artes aplicadas en Nueva York.
- Carolina Herrera apoyó la primera exposición museística dedicada a artistas contemporáneas latinoamericanas en el Museo Eduardo Sívori de Buenos Aires.
- En 2025, Jean Paul Gaultier respaldó a la comunidad LGTBQIA+ a través de Center en Nueva York, Le Refuge en Francia, COGAM en España y la Modern Military Association of America, la mayor organización militar LGBTI+ de Estados Unidos, entre otras entidades.
- **Puig** recibió la Medalla de Oro EcoVadis como reconocimiento a su desempeño en la Agenda ESG 2030.
- **Puig** alcanzó la categoría de Bajo Riesgo en la clasificación Sustainalytics por primera vez.

² Charlotte Tilbury rankings, fuente: Circana

- **Puig** recibió por primera vez una calificación A en Seguridad Hídrica, pasando a formar parte de la *A list* de CDP para Seguridad Hídrica y Clima, mientras mantuvo su calificación A- en Bosques.
- **Puig** perfeccionó su estrategia de impacto social para alinearla a nivel global, amplificar los resultados y asegurar una contribución genuina a la sociedad en consonancia con su definición como Home of Creativity.
- Publicación de **Puig**, *Home of Creativity*, por Rizzoli, un libro que celebra 110 años de legado.
- Presentación de Colonias Absolutas **Puig**, una colección que refleja la identidad de **Puig** y su maestría perfumista.
- Exhibición en Barcelona y París de *Photographs from l'Empordà* por Jamie Hawkesworth, impulsada por **Puig** y desarrollada por el estudio M/M.
- Colaboración con la Fundació Joan Miró para la exposición *Miró y los Estados Unidos* en Barcelona y Washington.
- México se convirtió en el primer mercado de **Puig** en integrar los equipos de Beauty, Derma y Charlotte Tilbury, al mismo tiempo que trasladaba sus oficinas al edificio Puerta Polanco.
- Se conmemoraron los 30 años de la planta de Vacarisses, una de las siete plantas de producción de **Puig** en el mundo, dedicada al cuidado de la piel.
- **Puig** inició la construcción de su nueva planta de producción de fragancias en Chartres, en la región francesa del Cosmetic Valley.

Modelo de negocio

En **Puig**, todo comienza con sus Love Brands. Cada una se sustenta en una identidad única, definida por la relevancia cultural, la visión creativa y la resonancia emocional, que orienta cada decisión a lo largo de toda la cadena de valor. Este enfoque guiado por la identidad garantiza que todos los puntos de contacto, desde la creación del producto hasta la experiencia del consumidor, se mantengan coherentes, elevados y fieles a aquello que hace única a cada marca.

El modelo de negocio totalmente integrado de **Puig** permite trasladar estos universos diferenciados a productos y experiencias que inspiran conexiones duraderas a través de geografías y generaciones.

Aunque **Puig** ejecuta internamente la mayor parte de la cadena de valor, también recurre a las capacidades de socios seleccionados, desde proveedores hasta distribuidores y *retailers*, garantizando que la calidad, la coherencia y la excelencia operativa se mantengan en cada etapa.

•• Diseño y desarrollo de producto

Los productos se desarrollan mediante un modelo colaborativo que alinea cada creación con la dirección creativa única de la marca. El proceso combina artesanía, innovación y materiales responsables para garantizar un desarrollo constante, ágil y sostenible.

•• Producción

La producción combina capacidades internas con subcontratación estratégica en plantas distribuidas globalmente y especializadas por categoría. Las materias primas clave se obtienen de proveedores de confianza, garantizando altos estándares de calidad, sostenibilidad y cumplimiento normativo.

•• Distribución y logística

La compañía llega a los consumidores a través de un modelo de distribución diversificado que integra canales físicos y digitales, incluidos puntos de venta propios y de terceros, e-commerce de marca, plataformas asociadas y operadores exclusivamente online.

•• Publicidad y promoción

La identidad de marca se fortalece a través de un relato culturalmente relevante, impulsado por la creatividad interna y alianzas estratégicas. Las campañas se adaptan al ADN de cada marca, amplificando sus valores sociales y ambientales con coherencia global y relevancia local.

Diseño y desarrollo de producto: La creación de producto en **Puig** es un proceso profundamente colaborativo, arraigado en la dirección creativa de cada marca. La compañía trabaja estrechamente con fundadores, directores creativos y equipos internos para garantizar que cada producto exprese el ADN de la marca con claridad y distinción. El modelo de desarrollo combina la artesanía con la innovación industrial, preservando la integridad de la marca y manteniendo la agilidad necesaria para innovar.

Cada producto nace a partir de un concepto que captura la esencia de la marca y se desarrolla de la mano de nuestros equipos de *marketing*, innovación y desarrollo. Cada envase se concibe no solo como un contenedor, sino como una parte integral de la narrativa de la marca y un punto de contacto clave en la relación con el consumidor.

Como parte de este proceso, **Puig** explora de forma continua formatos y materiales más duraderos, eficientes en el uso de recursos y respetuosos con el medioambiente. Este enfoque respalda los objetivos de sostenibilidad de la compañía y el cumplimiento de normativas y estándares de seguridad, al tiempo que responde a la creciente demanda de los consumidores de productos sostenibles y con propósito.

La dirección del diseño y desarrollo de productos se lleva a cabo internamente, con el apoyo de determinados socios, a fin de garantizar la coherencia y reforzar la identidad de cada marca en cada paso.

Producción: El modelo de producción de **Puig** combina sólidas capacidades de producción interna con la externalización de manera selectiva, lo que permite a la compañía mantener altos estándares de calidad, eficiencia e innovación a lo largo de toda su cadena de valor.

La compañía es propietaria de siete plantas de producción, seis en Europa y una en India, y cada una se especializa en distintas categorías de producto. Las instalaciones especializadas en productos para el cuidado de la piel están ubicadas en Vacarisses, España; Atenas, Grecia (productos Apivita); Échirolles, Francia (productos Uriage); St. Martin d'Uriage, Francia (productos Uriage) y Tamil Nadu, India (productos Kama Ayurveda). Las instalaciones de **Puig** especializadas en fragancias están en Alcalá de Henares, España; y Chartres, Francia.

Como parte del compromiso de sostenibilidad, **Puig** continúa invirtiendo en soluciones tecnológicas de eficiencia energética, energías renovables y diseño circular de productos en todas sus instalaciones para apoyar la transición de la compañía hacia un modelo de bajas emisiones de carbono.

Los productos de fragancias y cuidado de la piel se fabrican en gran medida de forma interna, aprovechando las sinergias entre las distintas marcas del portfolio. La producción de maquillaje, por su parte, se subcontrata principalmente a socios seleccionados con experiencia específica en cada categoría. **Puig** garantiza el cumplimiento medioambiental y regulatorio en todos los procesos de fabricación, desde el control de emisiones hasta la eliminación progresiva de sustancias de alto riesgo, reforzando tanto la excelencia operativa como la mitigación de riesgos a largo plazo.

Las materias primas principales, como aceites esenciales, alcoholes y productos químicos especializados, se obtienen a nivel global de proveedores de confianza y se ensamblan en las instalaciones de **Puig** para garantizar consistencia, seguridad y excelencia.

Distribución y Logística: Los productos de **Puig** llegan a los consumidores a través de un modelo de distribución dinámico y diversificado, que abarca tanto canales físicos como digitales. Los productos llegan al cliente final a través de canales físicos, como tiendas propias y de terceros (cadenas de perfumería selecta, grandes superficies, almacenes mayoristas, farmacias, droguerías, tiendas de *travel retail*, spas y tiendas propias de **Puig**), y a través de canales digitales como el comercio electrónico de las propias marcas, distribuidores con plataformas y tiendas de comercio electrónico, y distribuidores con ventas exclusivamente online (*pure players*).

Publicidad y Promoción: Un pilar central del modelo de **Puig** es su capacidad para ampliar y reinterpretar la expresión de las marcas mediante narrativas distintivas y culturalmente relevantes. **Puig** combina su experiencia creativa interna con alianzas estratégicas externas para desarrollar campañas que refuercen la identidad de cada marca y se adapten a los cambios en el comportamiento del consumidor.

Basándose en su estrecha colaboración con fundadores y creativos visionarios, así como en una profunda comprensión de la narrativa de

marca, **Puig** destaca por traducir la visión creativa en una conexión emocional, reforzando su portfolio de Love Brands en todas las geografías y puntos de contacto.

Las estrategias de publicidad y promoción se adaptan al ADN de cada marca, a su modelo de distribución y a sus mercados clave. Aprovechando el conocimiento local, **Puig** garantiza relevancia y eficacia en las diferentes plataformas de medios y entre los socios *retailers*, equilibrando la coherencia global con la adaptabilidad local.

Más allá de la construcción de marca, las distintas Love Brands utilizan su voz para destacar los valores sociales y ambientales que están en el centro de su identidad, desde la sostenibilidad hasta la inclusión, la diversidad y el consumo consciente.

Puig

Propósito y valores

SBM-1

Propósito

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.

Valores

- **Curiosidad insaciable:** Búsqueda incansable de oportunidades e ideas que den forma al mañana, combinando audacia y sabiduría para alcanzar la excelencia.
- **Audacia Emprendedora:** Un hogar de fundadores que promueve el espíritu emprendedor desde cada posición para innovar y crear disrupción de forma ágil, proactiva y resiliente.
- **Entusiasmo Contagioso:** Energía infinita, creatividad y una actitud positiva que nos empoderan para alcanzar grandes logros y expresar nuestra auténtica forma de ser.
- **Imparcialidad y Respeto:** Tratamos siempre a las personas con justicia, integridad, transparencia y un sincero respeto por nuestros compromisos, que guían todas nuestras interacciones.
- **Dando forma al mañana:** Comprometidos con la creación de valor a largo plazo, actuamos como fuerza impulsora del cambio sostenible tanto para las personas como para el planeta, construyendo una empresa capaz de afrontar los años venideros y de dejar un legado duradero.

El marco de referencia

El Código Ético es el marco de referencia que guía a la compañía y que expresa el propósito, los valores y la forma de hacer negocios de **Puig**, garantizando un crecimiento responsable y sostenible. Define los principios y estándares que se esperan de todos los empleados a nivel mundial y establece un enfoque ético basado en la integridad, la transparencia y el respeto.

Para respaldar su aplicación, **Puig** ofrece un Canal de Denuncias seguro y confidencial para los empleados y grupos de interés externos. Como elemento central de la cultura *Speak Up* de la compañía, permite plantear inquietudes sin temor a represalias y refuerza la responsabilidad y rendición de cuentas.

Al fomentar el diálogo abierto y la comunicación responsable, **Puig** garantiza que los compromisos de su Código Ético se cumplan, se supervisen y se refuercen de manera continua.

Home of Creativity

La compañía define su singularidad como Home of Creativity: un lugar cálido y seguro donde las marcas brillan, las personas crecen y se acoge y fomenta la audacia, la imaginación y la innovación.

El concepto de Creatividad ha formado parte de la identidad de **Puig** desde sus inicios; es el lienzo natural de la compañía, un ámbito que encarna su legado atemporal, su espíritu emprendedor y su curiosidad insaciable. Esto impulsa a la compañía y a sus empleados en todo el mundo a atreverse, redefinir y liderar dentro de la industria de la belleza

premium. Del mismo modo, la idea de hogar tiene un profundo significado para **Puig**. Como empresa fundada por una familia, el hogar representa un lugar de pertenencia, seguridad y confianza, donde las personas se sienten protegidas y empoderadas para crear.

El concepto *Creators of All Kinds* expresa la convicción de **Puig** de que la creatividad vive en todas las personas y se refleja en el oficio de cada individuo y en todas las áreas del negocio. Es la propuesta de valor para el empleado que ofrece **Puig**, celebrando el potencial creativo en todas sus formas. Es tanto una invitación para las personas que trabajan en la compañía como una aspiración más amplia: potenciar voces diversas, fomentar nuevas perspectivas y contribuir a dar forma a una sociedad mejor y más inclusiva, dentro y fuera de la compañía.

Encarnación de **Puig** como Home of Creativity

En 2025, la definición de **Puig** como Home of Creativity tomó forma tangible a través de una serie de activaciones de alto impacto.

La compañía presentó **Puig, Home of Creativity**, un nuevo libro publicado por Rizzoli, una de las editoriales de arte y diseño más prestigiosas del mundo. Esta obra celebra la identidad de **Puig**, reflejando su convicción en la creatividad y fomentando un hogar donde las marcas, el talento y las ideas puedan florecer.

La colaboración con la Fundació Joan Miró para la exposición *Miró y los Estados Unidos*, inaugurada a finales de 2025, ejemplifica aún más esta definición. El diálogo de la exposición entre Joan Miró y artistas estadounidenses, presentado en Barcelona en 2025 y en Washington D.C. en 2026, refleja la creencia de **Puig** en la creatividad como una fuerza de conexión y progreso. Esta iniciativa también profundiza la relación histórica de la compañía con Miró, cuya obra también inspira la renovada identidad corporativa de **Puig**.

En 2025, **Puig** completó el despliegue global de su identidad de marca renovada, un homenaje a su legado y una expresión viva de su cultura. Conecta una rica historia con un futuro apasionante, equilibrando razón y emoción, rigor e inconformismo. Fue reinterpretada en 2024 a través de la visión creativa de M/M (París) e inspirada por los artistas que han marcado la historia de la compañía, una historia que nutre, protege y potencia sus marcas para prosperar.

Puig presentó una colaboración artística con el fotógrafo británico Jamie Hawkesworth. *Photographs from l'Empordà*, una exposición comisariada por el estudio M/M (París) y presentada en Alzueta Gallery en Barcelona y en Paris Photo en París, ofreció a Hawkesworth un lienzo en blanco para capturar el espíritu del Alt Empordà, uno de los paisajes más evocadores del Mediterráneo.

Asimismo, **Puig** lanzó Colonias Absolutas **Puig**, una nueva colección de *eaux de cologne* creada por el maestro perfumista Jean-Claude Ellena. La colección rinde homenaje a sus raíces, a su esencia mediterránea y a su espíritu creativo.

Nuestras Love Brands

Puig nutre sus Love Brands y sus historias con cuidado, pasión, curiosidad y creatividad, apoyándolas mediante una inversión constante. Cada marca encarna su propósito e identidad únicos, al tiempo que refleja los valores compartidos y la visión de construcción de marca de **Puig**.

El portfolio de la compañía se estructura en **tres segmentos de negocio**: Fragancias y Moda, su segmento más grande y con mayor diversidad internacional; Maquillaje, una categoría con fuerte crecimiento e innovación; y Cuidado de la piel, donde **Puig** continúa expandiéndose a través de marcas selectivas de alto rendimiento.

Estos segmentos operan en **cinco categorías**: Prestige, Niche, Dermo-Cosmetics, Skincare Wellness y Lifestyle, e incluyen una mezcla **diversa de marcas propias, licenciadas y en joint-venture**. Esta arquitectura permite a **Puig** atender a distintos perfiles de consumidores y modelos de distribución, garantizando su relevancia en los mercados globales.

En conjunto, estas Love Brands dan forma a un ecosistema dinámico y culturalmente conectado. Crecen a través de una narrativa atractiva, la excelencia en producto y una expresión creativa audaz, manteniéndose siempre atentas a las necesidades y aspiraciones de los consumidores de todo el mundo.

	Marca	Fragancias y Moda	Maquillaje	Cuidado de la piel
Prestige	Carolina Herrera	●	●	
Prestige	Charlotte Tilbury	●	●	●
Prestige	Jean Paul Gaultier	●		
Prestige	Nina Ricci	●		
Prestige	Rabanne	●	●	
Niche	Byredo	●	●	
Niche	Dr. Barbara Sturm			●
Niche	Dries Van Noten	●	●	
Niche	L'Artisan Parfumeur	●		
Niche	Penhaligon's	●		
Niche	Christian Louboutin Beauté	●	●	
Skincare Wellness	Kama Ayurveda			●
Skincare Wellness	Loto del Sur			●
Dermo-Cosmetics	Apivita			●
Dermo-Cosmetics	Uriage			●
Lifestyle	Adolfo Dominguez	●		
Lifestyle	Banderas	●		

Código de colores: ● Marcas propias
● Licencias

Puig dispone de otras marcas de belleza propias y con licencia, que incluyen Shakira, United Colors of Benetton, Victorio & Lucchino, Agatha Ruiz de la Prada, Heno de Pravia, Agua Lavanda **Puig**, Agua Brava y Quorum.

Puig también cuenta con inversiones asociadas y *joint-ventures* en otras empresas del sector de la belleza, tales como³:

	Marca	Fragancias y Moda	Maquillaje	Cuidado de la piel
Asociadas y joint-ventures	Granado	●		●
Asociadas y joint-ventures	Isdin			●
Asociadas y joint-ventures	Scent Library	●		
Asociadas y joint-ventures	Sociedad Textil Lonia	●		

³ Las empresas en las que **Puig** tiene inversiones asociadas y joint-ventures no consolidan en ventas, pero sí la parte correspondiente a los beneficios netos en función de su porcentaje de participación.

Categoría Prestige

Las marcas Prestige representan productos de belleza premium, exclusivos y de alta calidad. La red de distribución de los productos de las marcas Prestige de **Puig** abarca alrededor de 20.000 puntos de venta (grandes superficies, tiendas especializadas, canales digitales y *travel retail*).

CAROLINA HERRERA

Building confidence with Alegría de vivir

Fundada en 1981 y adquirida por **Puig** en 1995, Carolina Herrera opera en Fragancias y Moda, y en 2020 se expandió al Maquillaje, bajo la dirección creativa de Wes Gordon. Su producto más icónico es la fragancia Good Girl. En 2025, la marca continuó desarrollando su universo de fragancias con el lanzamiento de su nuevo pilar, La Bomba, consolidando una década de crecimiento constante y expansión internacional.

En los últimos tres años, la moda ha fortalecido su presencia global combinando desfiles en Nueva York con presentaciones en Río de Janeiro, Ciudad de México y Madrid, concebidas como momentos culturales con resonancia internacional.

Carolina Herrera for Women in the Arts es la plataforma a largo plazo de la marca para el compromiso cultural y social, creada en 2022 para ofrecer apoyo continuado a la creatividad femenina en distintas disciplinas. Sus orígenes están estrechamente vinculados a la historia personal de la Sra. Carolina Herrera, quien llegó a Nueva York desde Venezuela y fundó su casa de moda a sus cuarenta años mientras criaba a sus cuatro hijas, alentada por el apoyo y la mentoría de la legendaria editora de moda Diana Vreeland en un momento decisivo de su carrera. A día de hoy, la plataforma funciona como una red de relaciones entre artistas, artesanas, instituciones y estudiantes. A través de colaboraciones con museos como el Museo Thyssen-Bornemisza, alianzas con FIT y el CFDA, becas y encargos creativos, se centra en crear oportunidades reales para que las mujeres desarrollen su trabajo, ganen visibilidad y obtengan reconocimiento, reflejando la convicción en un compromiso y una responsabilidad a largo plazo.

CharlotteTilbury

Give everyone, everywhere the right beauty wardrobe and they can conquer their world

Fundada por Charlotte Tilbury MBE en 2013 y asociada con **Puig** desde 2020, Charlotte Tilbury es una marca de tres ejes que revolucionó la industria de la belleza al situarse a la vanguardia de la tecnología y la innovación de producto y que continúa creciendo a un ritmo récord, logrando un crecimiento anual de doble dígito de forma constante en retail, comercio electrónico y mercados internacionales.

Pionera global en belleza, perfeccionista del producto, líder multifacética y emprendedora, el liderazgo continuo de Charlotte junto a su visión, dirección estratégica y gestión diaria como *President, Chair y Chief Creative Officer*, son un testimonio del éxito global de la marca. Como fuerza impulsora tras la estrategia empresarial, la filosofía de consumidor y la innovación de producto, las percepciones centradas en el cliente de Charlotte, su obsesión por la tecnología aplicada a la belleza

y su agudo sentido comercial dan forma al crecimiento sostenible y rentable del negocio. Gracias a la experiencia adquirida durante una carrera de 34 años como una de las artistas de maquillaje más influyentes de todos los tiempos y su profundo conocimiento comercial, Charlotte Tilbury ha logrado construir el mayor imperio británico de belleza de la historia, con presencia global en 57 mercados y más de 5.000 puntos de distribución en todo el mundo.

La misión de Charlotte de empoderar a todas las personas, en todas partes, sigue siendo hoy el motor y propósito fundamental de la marca.

**Jean Paul
GAULTIER**

Celebrating differences (all cultures, all bodies, all genders) since 1976

Fundada por Jean Paul Gaultier en 1982, la división de moda fue adquirida por **Puig** en 2011, seguida por la de fragancias en 2016. Desde la retirada del diseñador, la marca adoptó un modelo de negocio único basado en colaboraciones, con diseñadores invitados excepcionales como Olivier Rousteing, Haider Ackermann, Ludovic de Saint Sernin o Julien Dossena (director creativo de Rabanne), entre otros. En 2025, la marca inició un nuevo capítulo con el nombramiento del diseñador Duran Lantink como director creativo, continuando su legado de moda audaz, inclusiva y transgresora. Jean Paul Gaultier opera en el segmento de negocio de Fragancias y Moda. Sus productos más icónicos son las fragancias Le Male y Gaultier Divine; y en moda, el sujetador cónico, el corsé y el jersey marinero.

NINA RICCI

Magnifying femininity for a more beautiful world

La casa Nina Ricci fue fundada en 1932 y adquirida por **Puig** en 1998. La casa opera en el segmento de negocio de Fragancias y Moda. El negocio de moda está dirigido por el director creativo Harris Reed. Sus productos más icónicos son las fragancias L'Air du Temps y la reconocida Nina, lanzada en 2006. En 2024, Nina Ricci amplió su portfolio de fragancias con Vénus, una interpretación audaz y moderna de la feminidad.

rabanne

Empowering young talents to dare

Paco Rabanne fue fundada en 1966 y adquirida por **Puig** en 1987, aunque **Puig** posee la licencia de su negocio de belleza desde 1968. En 2008, la maison lanzó su producto más icónico hasta la fecha, la fragancia masculina 1 Million. En 2023, la marca presentó una nueva identidad visual bajo el nombre “Rabanne”, seguida rápidamente por su primera línea de maquillaje. Rabanne opera en los segmentos de negocio de Fragancias y Moda y de Maquillaje. La dirección creativa de moda está a cargo de Julien Dossena desde 2013.

Categoría Niche

Las marcas Niche representan productos de belleza artesanales, de alta calidad y con una distribución limitada a menos de 2.000 puntos de venta. Operan tanto a través de canales directos al consumidor (DTC) como mediante distribución mayorista.

BYREDO

Bold explorer of culture and identity

Fundada en Estocolmo en 2006 por Ben Gorham, Byredo es una marca europea de lujo que transforma recuerdos y emociones en objetos y experiencias. Fue adquirida por **Puig** en 2022. La marca crea y desarrolla una gama de fragancias, maquillaje, cuidado corporal y productos para el hogar, basados en el storytelling, el diseño y la artesanía. Entre sus aromas emblemáticos se encuentran Bal d'Afrique, Blanche y Mojave Ghost. La filosofía de Byredo se basa en redefinir los contornos de la expresión, donde la creación está guiada por las emociones. La marca celebra y apoya voces poco convencionales a través de colaboraciones artísticas, encargos y asociaciones.

DR. BARBARA STURM

Advancing longevity through molecular science, anti-inflammatory skincare & lifestyle

Fundada en 2014 por la Dra. Barbara Sturm, la reconocida pionera en investigación antiinflamatoria, y adquirida por **Puig** en 2024, la marca es aclamada por el enfoque innovador de la Dra. Sturm, que integra ciencia molecular, cuidado de la piel antiinflamatorio y estilo de vida para promover la salud y la vitalidad de la piel. Con una red global seleccionada de spas y boutiques, tiendas insignia y una sólida presencia online, la marca es reconocida mundialmente como una autoridad en el cuidado de la piel de alto rendimiento, ofreciendo rutinas y tratamientos personalizados según las necesidades de cada tipo de piel.

DRIES VAN NOTEN

A creative journey celebrating beauty with soul

Fundada en 1986 por el enigmático diseñador belga Dries Van Noten, la marca es reconocida por su estilo ecléctico, sus colores vibrantes, sus estampados audaces y sus diseños vanguardistas que trascienden las tendencias y resisten el paso del tiempo. En 2018, **Puig** adquirió la marca, ampliando su alcance global. En 2022, Dries Van Noten llevó su visión creativa al mundo de la belleza con una colección de fragancias, maquillaje y accesorios que encarnan el ethos característico de la casa: las "combinaciones imposibles". En 2024, Julian Klausner fue nombrado nuevo director creativo, marcando un nuevo capítulo después de que el fundador dejara su rol de liderazgo. Hoy, Dries Van Noten continúa operando en los segmentos de negocio de Maquillaje y de Fragancias y Moda, inspirando con su mezcla única de arte e innovación.

L'ARTISAN PARFUMEUR

Celebrating craftsmanship à la française

Fundada en 1976 y adquirida por **Puig** en 2015, L'Artisan Parfumeur ha sido una marca pionera en el arte olfativo desde sus inicios. La marca celebra la artesanía y el arte de vivir francés con un espíritu creativo audaz a través de creaciones olfativas innovadoras. Entre ellas se encuentran las fragancias Abyssae, Mûre et Musc y Premier Figuier, objetos únicos para el hogar como la icónica Boule d'Ambre, y una gama de productos para el baño y el cuidado corporal.



Celebrating British eccentric and creative heritage

Destilando lo mejor del ingenio británico, el lujo y la artesanía, Penhaligon's lleva deleitando a una clientela exigente desde 1870, cuando su fundador, William Penhaligon, abrió su revolucionaria tienda en Jermyn Street, en Londres. Un siglo y medio después, Penhaligon's sigue los pasos pioneros de su fundador con fragancias atemporales que cuentan la historia del pasado británico para los rebeldes del futuro. La marca fue adquirida por **Puig** en 2015.

Celebrar la artesanía británica es fundamental para Penhaligon's, arraigado en sus orígenes londinenses y expresado a través del arte detrás de cada frasco. Al defender la creatividad, el carácter y el savoir-faire británicos, la marca se mantiene fiel a sus valores de artesanía, individualidad y refinada irreverencia. Honrando la tradición, con la voluntad de romper las reglas.



Step into the allure of confidence

Puig posee la licencia global exclusiva de la línea de productos de belleza de Christian Louboutin desde 2018. Fundada en 2014, Christian Louboutin Beauté reinventó un legado de suelas rojas que comenzó en 1992. La colección de belleza encapsula la sensualidad audaz de Christian Louboutin en una gama completa de fragancias y maquillaje. Cada creación es un verdadero objeto de deseo. Christian Louboutin Beauté encarna una belleza glamurosa y lujosa.

Categoría Dermo-Cosmetics

Las marcas Dermo-Cosmetics se centran en productos para el cuidado de la piel de alta eficacia y con base científica, que se venden a través de farmacias. Incluyen productos recetados por dermatólogos.



Born of bees, raised by science

Fundada en 1979 por dos farmacéuticos, Niki y Nikos Koutsianas, Apivita fue adquirida por la familia **Puig** en 2017 e incorporada al portfolio de **Puig** en 2021. Apivita ofrece soluciones científicas para los problemas de la piel y el cabello, formuladas con productos y activos dermatológicos naturales patentados derivados de las abejas. La marca opera en el segmento del Cuidado de la piel desde hace más de 46 años, cuenta con la certificación B Corp desde 2017 (alcanzando una destacada puntuación de 155,2 puntos) y desarrolla su exclusivo programa Billion Bees, diseñado para educar y regenerar poblaciones de abejas en todo el mundo. Sus fórmulas altamente efectivas, naturales y sensoriales se expresan de manera icónica en gamas como Bee Tech Concentrates, Queen Bee y Hyaluronic Hydra.



Shaping the future as a pioneer in triple-barrier science, Uriage combines the power of a unique repairing thermal water with dermatological active ingredients to restore skin health

Fundada en 1992, Uriage fue adquirida por la familia **Puig** en 2011 e incorporada al portfolio de **Puig** en 2021. Nacida en los Alpes franceses, Les Laboratoires Dermatologiques d'Uriage aprovechan 30 años de investigación y 17 patentes para desarrollar dermocosméticos avanzados en colaboración con dermatólogos. Xémose, Bariéderm Cica, Repairing Thermal Water Spray y Age son algunas de las gamas más vendidas de Uriage. Cada año, el Centro Termal Terapéutico de Uriage ofrece tratamientos reparadores con agua termal, con eficacia clínicamente probada, a 4.500 pacientes. Uriage opera en el segmento de negocio de Cuidado de la piel. Es miembro de la red global sin ánimo de lucro 1% for the Planet desde 2022. En 2025, Uriage obtuvo la certificación B Corp con una puntuación de 81.7, reforzando su compromiso con un crecimiento impulsado por un propósito.

Categoría Skincare Wellness

Las marcas de Skincare Wellness abordan el cuidado de la piel desde una perspectiva de bienestar y llevan conceptos locales al consumidor global. Estas marcas operan en canales directos al consumidor (DTC), donde se incluyen sus propias tiendas.



Bring Ayurvedic beauty to the world

Fundada por Vivek Sahni en 2002 e incorporada a **Puig** en 2022, Kama Ayurveda es pionera de la belleza ayurvédica en India, su país de origen. La marca se basa en los principios del Ayurveda, el sistema de medicina holística más antiguo del mundo. Kama Ayurveda ofrece productos elaborados con ingredientes botánicos siguiendo recetas centenarias de los textos ayurvédicos, enriquecidas con ciencia de vanguardia. Su secreto de belleza más icónico, el Kumkumadi Revitalizing Facial Oil, concentra el poder rejuvenecedor de 600 flores de azafrán en cada frasco. La marca opera en el segmento de Cuidado de la piel. Desde 2023, Kama Ayurveda cuenta con la certificación Butterfly Mark de Positive Luxury, en reconocimiento a su compromiso continuo con la sostenibilidad.

LOTO DEL SUR

Celebrate the culture, rituals and biodiversity of Latin America through the power of plants

Adquirida por **Puig** en 2022, Loto del Sur fue fundada en 1999 por Johana Sanint con el deseo de crear una marca que capturara de forma auténtica el refinamiento de Latinoamérica. Nacida en la mayor reserva de biodiversidad del mundo, Loto del Sur utiliza ingredientes botánicos naturales de Latinoamérica en todas sus formulaciones para mostrar las maravillas del continente.

Categoría Lifestyle

Las marcas Lifestyle tienen como objetivo construir una conexión emocional a través de productos de belleza orientados a una franja de consumidores más amplia.

ADOLFODOMINGUEZ

A return to our senses. Let nature be.

Fundada en 1976, **Puig** posee la licencia global exclusiva de la línea de fragancias Adolfo Domínguez desde el año 2000. Adolfo Domínguez opera en el segmento de negocio de Fragancias y Moda. Las fragancias emblemáticas de la marca son Agua Fresca de Rosas y Agua Fresca.

BANDERAS

Celebrate your own success

Puig posee la licencia global de la línea de fragancias del actor Antonio Banderas desde el lanzamiento de la marca Banderas en 1997. Banderas opera en el segmento de negocio de Fragancias. Las fragancias emblemáticas de la marca son Blue Seduction for Men, Golden Secret y The Icon.

La historia de Puig

Puig fue fundada en 1914 por Antonio Puig Castelló como una empresa familiar especializada en cosméticos y fragancias. En 1950, los hijos del fundador se unieron a la compañía y, en la actualidad, es la tercera generación de la familia **Puig** la que lidera la compañía.

Con más de 110 años de historia, **Puig** ha alcanzado numerosos hitos a lo largo de las décadas, consolidando su legado como un líder innovador en la industria de la belleza y la moda.

1914	Antonio Puig Castelló fundó Antonio Puig
1922	Lanzamiento del pintalabios Milady (primer pintalabios fabricado en España)
1940	Lanzamiento de Agua Lavanda Puig , perfume de referencia de la marca
1950	Antonio, Mariano, José María y Enrique Puig Planas, la segunda generación familiar, se incorporaron a la compañía Puig inicia su expansión internacional con su primera filial en Estados Unidos
1968	Adquisición de la licencia del negocio de belleza de Paco Rabanne y lanzamiento de su primera fragancia Calandre
1987	Puig adquirió el resto del negocio de Paco Rabanne, incluyendo el negocio de moda y accesorios Adquisición de la licencia del negocio de belleza de Carolina Herrera
1988	Lanzamiento del primer perfume Carolina Herrera
1995	Adquisición del negocio de moda de Carolina Herrera New York
1998	Compra del negocio de fragancias y moda de Nina Ricci
2004	Marc Puig, miembro de la tercera generación de la familia, fue nombrado CEO
2008	Puig cerró el año con 1.000 M€ en ingresos netos
2011	Puig adquirió una parte mayoritaria de la firma de moda francesa Jean Paul Gaultier
2014	Puig celebró su 100 aniversario y lanzó su primer Programa de Sostenibilidad (2014-2020)
2015	Puig empezó a construir su portfolio de marcas Niche con la adquisición de Penhaligon's y L'Artisan Parfumeur
2016	Puig incorporó las fragancias de Jean Paul Gaultier a su portfolio de marcas propias
2018	Puig adquirió la firma de moda Dries Van Noten y la licencia global a largo plazo para impulsar el negocio de belleza de la marca Christian Louboutin
2019	Puig cerró el año con 2.000 M€ en ingresos netos
2020	Puig adquirió una participación mayoritaria en la marca de maquillaje y cuidado de la piel Charlotte Tilbury
2021	Las marcas de cuidado de la piel Apivita y Uriage (ambas adquiridas por las sociedades inversoras de la familia Puig en 2017 y 2011, respectivamente) se incorporaron al portfolio de Puig Además, Puig presentó su segundo Programa de Sostenibilidad: la Agenda ESG 2030

- 2022** Puig adquirió la marca Niche Byredo y las marcas de Skincare Wellness Kama Ayurveda y Loto del Sur
Puig cerró 2022 superando, un año antes de lo previsto, el hito de 3.000 M€ en facturación, agregando más de 1.000 M€ anuales en los últimos dos ejercicios
- 2023** La compañía finalizó 2023 con 4.000 M€ en ingresos netos, superando el objetivo fijado en 2021 de 3.000 M€ de ingresos netos
- 2024** Puig celebró 110 años de historia
La compañía adquirió una participación mayoritaria en Dr. Barbara Sturm, la marca alemana de cosmética molecular fundada en 2014
Puig inauguró la segunda Torre Puig en Barcelona con la presencia de Sus Majestades los Reyes de España
Puig presentó su nueva identidad visual con un nuevo logotipo que rinde homenaje tanto al legado como al brillante futuro de la compañía, colocando la creatividad en el centro y reflejando la cultura y los valores de Puig
El 3 de mayo de 2024, Puig comenzó a cotizar en las Bolsas de Valores españolas
Puig fue Global Partner de la 37ª America's Cup y socio oficial de la primera edición de la Puig Women's America's Cup 2025
- 2025** Puig celebró su primera Junta General anual desde que pasó a ser una compañía cotizada en 2024
Presentación de Colonias Absolutas Puig, una colección de *eaux de cologne* que refleja la identidad de la compañía enraizada en la tradición familiar y su maestría perfumista
Creación del puesto de *Deputy CEO* y nombramiento de Jose Manuel Albesa para el mismo
Puig celebró el 30 aniversario de la planta de producción de Vacarisses

1.2

Comunidad

Compromiso con el crecimiento responsable

SBM-1

La familia fundadora **Puig** ha aspirado siempre a dejar la compañía en una situación mejor y más sólida de la que heredó. Este legado es la base de la ambición de **Puig** de convertirse en motor del cambio sostenible y crear un futuro próspero para nuestro planeta y las personas que lo habitamos.

El Código Ético de **Puig**, junto con los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU y la Política de Derechos Humanos de **Puig**, sirven de marco para garantizar que todas las personas que forman parte de **Puig**, y todas aquellas con quienes colaboramos, comprendan y actúen de acuerdo con los valores, la cultura y la manera característica de hacer negocios de la compañía, defendiendo los más altos estándares éticos.

Puig ha establecido un mandato claro: **situarse a la vanguardia de la industria de la belleza en términos de desempeño medioambiental, social y de gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés)**. Esto significa dar valor a la sostenibilidad medioambiental, a una sociedad diversa e inclusiva y a los criterios de buena gobernanza en todas las decisiones y las actividades diarias. Para hacerlo posible, la compañía se marcó unos objetivos ambiciosos, con efectos en tres áreas:

- **Medioambiente:** Mediante su Agenda ESG 2030, alineada con los estándares internacionales más reconocidos, se propone contribuir a la conservación del medioambiente, abordando los retos mundiales relacionados con el clima y la naturaleza, respetando las comunidades en las que opera y creando valor para la sociedad. Todo ello con una orientación clara hacia dos metas ambiciosas:
 - Contribuir a limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C en 2030.
 - Ser una organización net-zero en 2050.
- **Social:** Mediante su Estrategia de impacto social, **Puig** aspira a respetar y promocionar los derechos humanos, dentro y fuera de la compañía, al mismo tiempo que ofrece oportunidades y apoyo al talento diverso para que desarrolle todo su potencial creativo, independientemente de su oficio, y se convierta en un motor de la transformación positiva.
- **Gobernanza:** Cumpliendo la ley, promoviendo buenas prácticas empresariales y defendiendo los más altos estándares de gobierno corporativo.

Todo esto se materializa a través de la contribución activa de las Love Brands de **Puig**, cada una con un propósito distinto y un enfoque social y medioambiental. Juntas, impulsan una acción significativa que promueve la visión de **Puig** de un futuro más responsable y sostenible.

Guía

Código Ético de **Puig** + Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU + Política de Derechos Humanos de **Puig**

Mandato

Estar a la vanguardia de la industria de la belleza en materia de ESG

Hoja de ruta

Agenda ESG 2030 | Estrategia de impacto social de **Puig**

La compañía ha alineado su estrategia con los compromisos, estándares, certificaciones e iniciativas internacionales más reconocidos.

Estándares, organizaciones e iniciativas que apoyamos y adoptamos



Pacto Global de las Naciones Unidas



Principios de Empoderamiento de las Mujeres



Science Based Targets initiative



TNFD Adopters



IFRS S2 Climate-related Disclosures



Responsible Mica Initiative



Roundtable on Sustainable Palm Oil



Sustainable Markets Initiative



Fundación Empresa y Clima



EcoBeauty Score Association



SPICE

Ratings externos sobre el desempeño ESG



Clima A
Seguridad hídrica A
Bosques A-



Puntuación de 19,8
(Bajo Riesgo)



Score 81/100
Medalla de oro (Top 5% de las compañías)



Score C+ Prime



Score ESG de 53/100

Membresías y certificaciones de las marcas del portfolio de Puig



Apivita y Uriage
 tienen la certificación
 B Corp



Apivita y Uriage
 son miembros de 1 %
 for the Planet



Kama Ayurveda
 tiene la certificación
 de Positive Luxury



Charlotte Tilbury
 tiene la certificación
 Leaping Bunny



Charlotte Tilbury
 apoya el King's Trust
 Enterprise Program



Uriage (Portugal) renovó
 su certificación Great Place
 to Work en 2025



Penhaligon's tiene el honor
 de contar con el Royal
 Warrant, otorgado por
 Su Majestad el Rey

Medioambiente

SBM-1

La Agenda ESG 2030

La compañía aspira a lograr un crecimiento responsable mediante su Agenda ESG 2030, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. **Puig** trabaja de manera continuada por minimizar su huella medioambiental en todas las áreas en las que opera.

La estrategia de la compañía es acorde con los compromisos, estándares, certificaciones e iniciativas internacionales más reconocidos.

Puig tiene un compromiso con el medioambiente que, más allá de cumplir con los requisitos legales, respalda globalmente dos objetivos ambiciosos:

- Contribuir a limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C en 2030
- Ser una organización net-zero en 2050

Puig, para activar su estrategia, identificó las cinco áreas con mayor impacto en el planeta, las personas y el desarrollo:



Emissiones



Materiales,
ingredientes,
y residuos



Biodiversidad



Agua



Aprovisionamiento
justo

El plan de implementación se desarrolla en seis pilares y se aplica a todo el negocio:



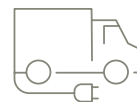
Product Stewardship

Innovar para elaborar productos de origen natural y sostenible y aplicar criterios de ecodiseño al embalaje.



Sustainable Sourcing

Trabajar conjuntamente con los proveedores para construir una cadena de suministro fuerte y sostenible.



Responsible Logistics

Transformar la logística para descarbonizar el transporte de los productos.



Responsible Manufacturing
and Facilities

Adoptar estándares meticulosos y rigurosos en las instalaciones de la compañía, con especial enfoque en la gestión del agua, la energía y los residuos.



Conscious Living

Fomentar las buenas prácticas a través de la sensibilización, la participación y la formación para los empleados y los grupos de interés.



Nature Stewardship

Trabajar para preservar el equilibrio de la naturaleza y lograr un impacto positivo en la biodiversidad.

Los seis pilares del plan cuentan con el apoyo de 16 programas con ejes específicos que abordan los problemas de sostenibilidad más relevantes de la industria. Estos programas se implementan internamente a través de varias iniciativas, cada una con un claro objetivo para 2030. Se vinculan a un calendario de ejecución y rendición de cuentas, y tienen un impacto directo en los ODS de las Naciones Unidas.

ODS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Product Stewardship																	
1. Acelerar la transición a una formulación limpia y natural			●			●			●			●		●			
2. Reducir el peso o el volumen del packaging									●			●	●	●	●		
3. Impulsar la adopción de materiales sostenibles en el packaging						●			●			●	●	●	●		
4. Promover la economía circular y los principios end of life						●			●		●	●	●	●	●		●
Sustainable Sourcing																	
5. Ampliar el mapeo, la evaluación y el seguimiento del impacto ESG de los proveedores	●	●	●		●	●		●		●	●	●	●		●	●	●
6. Mejorar la trazabilidad y aumentar la cantidad de materias primas certificadas	●	●	●		●	●				●	●	●	●		●	●	●
Responsible Logistics																	
7. Extender el mapeo y ampliar la evaluación de riesgos ESG en los proveedores de transporte y almacén	●	●	●			●		●		●	●	●	●		●		●
8. Invertir en la descarbonización de la logística y la cadena de suministro							●		●		●	●	●				●
Responsible Manufacturing and Facilities																	
9. Reducir los residuos en toda la cadena de valor y mantener una alta valorización de residuos						●			●			●	●	●	●		
10. Reducir las emisiones y mejorar la eficiencia energética de todas las instalaciones							●		●			●	●		●		
11. Invertir en sistemas de reducción y reutilización del uso del agua						●			●			●	●	●	●		
Conscious Living																	
12. Promover la educación y la conciencia sobre la sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor	●	●		●				●		●	●		●			●	●
13. Minimizar la huella ambiental de los empleados						●					●		●	●	●		●
Nature Stewardship																	
14. Trabajar por un impacto positivo o neutro en la biodiversidad	●	●				●	●				●	●	●	●	●	●	●
15. Implementar programas de insetting de carbono dentro de la cadena de valor			●				●	●	●		●	●	●	●	●	●	●
16. Compensar emisiones a través de soluciones climáticas basadas en la naturaleza y otros créditos de carbono	●	●				●	●				●	●	●	●	●	●	●

Impacto social

SBM-1

Respeto por los
Derechos Humanos
como pilar
fundamental
Una década de
progreso: el
programa Invisible
Beauty (2014–2024)

Los valores y principios de **Puig**, expresados en su Código Ético y Política de Derechos Humanos, guían cada acción y cada decisión que tomamos, garantizando así que las personas que trabajan en **Puig**, los socios de la cadena de valor, los consumidores y las comunidades en las que opera sean tratados con justicia, integridad y respeto.

La compañía mide su impacto y se responsabiliza a través de asociaciones, alianzas y certificaciones globales. Al escuchar e invertir en aprendizaje continuo, impulsa un progreso tangible y duradero.

Desde 2014 hasta 2024, la familia **Puig**, **Puig** y la Fundación **Puig** colaboraron en la campaña *Invisible Beauty*, un programa emblemático de emprendimiento social. A lo largo de toda una década, se apoyaron 63 iniciativas dentro y fuera de España, que involucraron a más de 300 de las personas que trabajan en **Puig**, que dedicaron más de 40.000 horas de voluntariado.

En septiembre de 2024, y a partir de las lecciones aprendidas, **Puig** y la Fundación **Puig** tomaron la decisión de impulsar nuevas iniciativas.

Octubre de 2024:
una nueva
estrategia para
conseguir un mayor
impacto social

Puig llevó a cabo una revisión exhaustiva de su estrategia de impacto social para reforzar el enfoque, mejorar la alineación y asegurar la coherencia con las expectativas regulatorias, del mercado y de las personas que trabajan en **Puig**. La revisión confirmó una base sólida de iniciativas relevantes de marca y de mercado, a la vez que identificó el potencial para amplificar el impacto a través de una visión global unificada.

El resultado: una
causa de impacto
social fuerte y
profundamente
vinculada a la
identidad de **Puig**

Puig trabaja con la convicción de que la creatividad nunca debería de ser un privilegio. Todos tenemos derecho a explorar ideas atrevidas y a ampliar nuestras fronteras, porque la creatividad es una chispa que todos llevamos dentro.

La causa de impacto social de **Puig**, está profundamente arraigada en su propósito, sus valores y su identidad como Hogar de Creatividad y como compañía Para Todo Tipo de Creadores.

Todas las iniciativas de la organización se alinean con esta identidad única y con la causa global de **Puig**. Para maximizar el impacto, los esfuerzos se estructuran en dos niveles de acción:

- **Iniciativas lideradas por las marcas:** impulsadas por cada una de las Love Brands en coherencia con el propósito individual de cada una.
- **Iniciativas no lideradas por marcas:** desarrolladas por los equipos de personas, mercados, operaciones o corporativo, todas fundamentadas en el propósito y los valores esenciales de la compañía.

1.3

Gobierno corporativo

El modelo de gobernanza de **Puig** ha evolucionado junto con su transformación de una empresa familiar a una compañía global que cotiza en bolsa, manteniéndose siempre anclado en unos sólidos principios y valores, y en una visión a largo plazo. El modelo refleja una determinación constante de actuar con integridad y de crear valor sostenible para todos los grupos de interés.

Con más de un siglo de historia, la filosofía de gobernanza de la compañía se formalizó hace más de quince años a través del Código Ético de **Puig**. Este proporciona el marco de trabajo que sirve como guía para garantizar que todas las personas de la organización, así como sus socios y colaboradores, comprendan su cultura y su forma de trabajar, manteniendo los más altos estándares éticos en la actividad diaria. El Código promueve principios y valores compartidos, refuerza la responsabilidad y asegura que la toma de decisiones se alinee con la equidad, la transparencia y el respeto por las personas y por el planeta. Para obtener más información, véase [Gobernanza, Políticas de conducta y cultura empresarial](#).

Tras su salida a bolsa en 2024, **Puig** reforzó su estructura de gobernanza al potenciar el papel del Consejo de Administración e introducir nuevos procesos alineados con las mejores prácticas internacionales para empresas cotizadas, preservando al mismo tiempo la visión a largo plazo y la estabilidad propias de su tradición y herencia familiar.

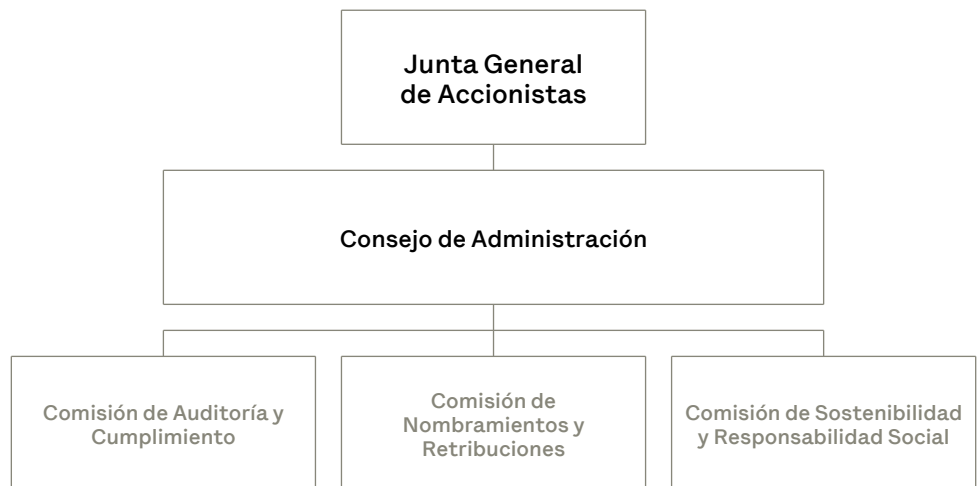
Este modelo integrado, construido sobre bases éticas y una supervisión eficaz, impulsa la innovación, protege el valor a largo plazo y refleja el compromiso de **Puig** con un crecimiento sostenible y un futuro más responsable.

Modelo de gobierno corporativo de Puig

GOV-1 | GOV-2

La estructura de gobierno corporativo de **Puig** refleja su compromiso con los más altos estándares de gobernanza, conducta ética y cumplimiento de los principios de Medioambiente, Social y Gobierno corporativo (ESG, por sus siglas en inglés). Se compone de un marco de trabajo integral de órganos, normativas y mecanismos diseñados para garantizar que tanto el Consejo de Administración como la Alta Dirección actúen con integridad, transparencia y responsabilidad. Se han implementado procedimientos de control internos y externos para verificar el cumplimiento y mantener un sistema de contrapesos en todos los niveles de responsabilidad, creado con el fin de evitar la concentración de poder, promover decisiones justas y asegurar que ninguna persona o grupo reciba un trato preferente.

El Informe Anual de Gobierno Corporativo de **Puig** correspondiente al ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2025 ofrece una visión integral de su marco de gobernanza y sus actividades.



Junta General de Accionistas

La Junta General de Accionistas desempeña un papel fundamental en la estructura de gobernanza de **Puig**. Actúa como el máximo órgano de decisión en las materias reservadas a los accionistas y como el órgano soberano para expresar la voluntad social. De este modo, contribuye a garantizar un adecuado equilibrio de poderes y refuerza el sistema de controles y contrapesos dentro de la organización.

El 28 de mayo de 2025, **Puig Brands** celebró su primera Junta General de Accionistas como compañía cotizada, en un formato híbrido que combinó la asistencia presencial en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) con la participación en línea. La participación de los accionistas alcanzó el 97,130% y todos los puntos del orden del día fueron aprobados. En línea con las mejores prácticas de buen gobierno corporativo, la reunión se retransmitió en directo a través de la página web corporativa de **Puig**, con traducción simultánea al inglés. Esta reunión de accionistas representó un hito clave para **Puig** como compañía cotizada, reforzando su compromiso con la transparencia y un sólido gobierno corporativo.

Para obtener más información, véase el Informe Anual de Gobierno Corporativo de **Puig**, Junta General de Accionistas.

Consejo de Administración

El Consejo de Administración de **Puig** Brands es el máximo órgano de gestión y supervisión de la compañía, salvo en aquellas materias que estén expresamente reservadas a la Junta General de Accionistas. Supervisa la gestión general, aprueba las políticas y estrategias corporativas y garantiza un gobierno corporativo eficaz, incluida la gestión de riesgos, el reporte de la información financiera y el cumplimiento de los estándares legales y éticos.

En el ejercicio de sus funciones, el Consejo de Administración supervisa las actividades de sus Comisiones delegadas: i) la Comisión de Auditoría y Cumplimiento; ii) la Comisión de Nombramientos y Retribuciones; y iii) la Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social.

Composición

Categoría	Nombre	Fecha de nacimiento	Género	Nacionalidad	Fecha del primer nombramiento	Fin del mandato actual	Comisión
Consejero Ejecutivo	 Marc Puig Guasch Presidente y Consejero Delegado	9/1/1962	H	España	20/3/2023 ^(*)	20/3/2026	○
Consejeros Dominicales	 Manuel Puig Rocha Vice Presidente	28/12/1961	H	España	18/12/2023 ^(*)	18/12/2026	○ P
	 Josep Olliu Creus	25/4/1949	H	España	18/12/2023 ^(*)	18/12/2026	
Consejeros Otros Externos	 Jordi Constans Fernández	20/6/1964	H	España	20/3/2023 ^(*)	20/3/2026	●
	 Yiannis Petrides	8/4/1958	H	Chipre	20/3/2023 ^(*)	20/3/2026	● ○
	 Rafael Cerezo Laporta	29/4/1950	H	España	20/3/2023 ^(*)	20/3/2026	● ●
	 Patrick Chalhoub	3/1/1958	H	Francia y Emiratos	20/3/2023 ^(*)	20/3/2026	
Consejeros Independientes	 Nicolas Mirzayantz Consejero Coordinador	1/1/1963	H	Francia	24/4/2023	24/4/2026	● ● ○
	 Ángeles García-Poveda Morera	27/9/1970	M	España y Francia	20/3/2023	20/3/2026	● P ○
	 Christine A. Mei	3/8/1965	M	Estados Unidos	20/3/2023 ^(*)	20/3/2026	●

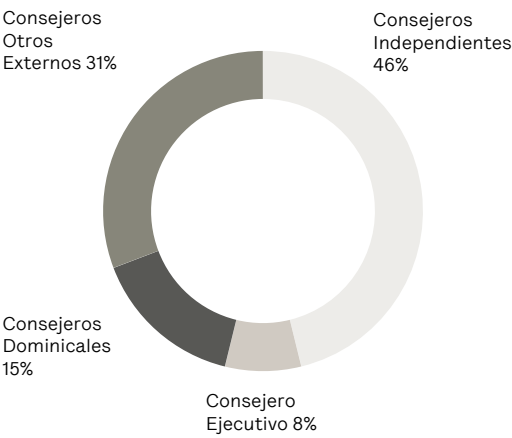
Categoría	Nombre	Fecha de nacimiento	Género	Nacionalidad	Fecha del primer nombramiento	Fin del mandato actual	Comisión
Consejeros Independientes	 Daniel Lalonde	16/7/1963	H	Canadá y Francia	20/3/2023 ^(*)	20/3/2026	● P
	 Tina Müller	10/9/1968	M	Alemania	5/4/2024	5/4/2027	
	 María Dolores Dancausa Treviño	21/10/1958	M	España	5/4/2024	5/4/2027	●

(*) Consejeros previamente nombrados de la antigua sociedad dominante de Puig, entonces denominada Puig, S.L. Joan Albiol Ramis, Chief Financial Officer, y Francisco Blanco García, General Counsel, actúan, respectivamente, como Secretario no consejero y Vicesecretario no consejero del Consejo de Administración.

- Miembro de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento
- Miembro de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones
- Miembro de la Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social
- P Presidencia

El Consejo de Administración de Puig Brands combina a miembros de la tercera generación de la familia fundadora con ejecutivos independientes y/o externos con amplia experiencia, que comparten una visión a largo plazo centrada en la innovación, la creatividad y la sostenibilidad. El Consejo de Administración mantiene una estructura de liderazgo equilibrada y diversa, compuesto por trece (13) miembros, de los cuales uno (1) es Consejero Ejecutivo y los doce (12) restantes (dos (2) Consejeros Dominicales, cuatro (4) Consejeros Otros Externos y seis (6) Consejeros Independientes) son Consejeros no Ejecutivos. El Consejo de Administración cuenta con una amplia mayoría de Consejeros no Ejecutivos y con un número de Consejeros Independientes que representan el 46,15% del total de sus miembros, en línea con las Recomendaciones del Código de Buen Gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Categorías de los miembros del Consejo de Administración

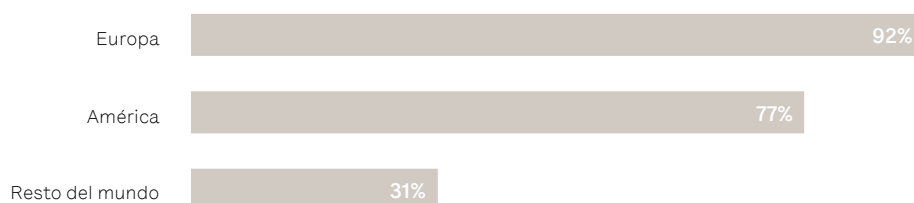


Diversidad

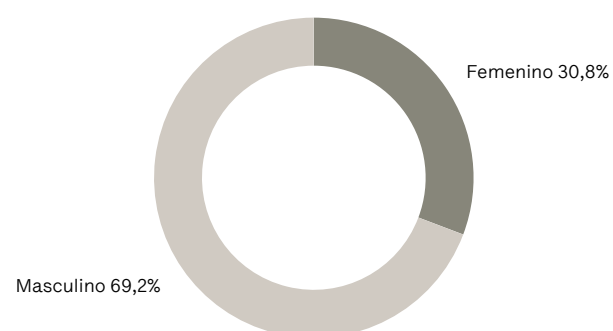
De acuerdo con los estándares de buen gobierno corporativo y los requisitos regulatorios aplicables, para Puig es de gran importancia la diversidad de su Consejo de Administración. Los siguientes gráficos ofrecen una visión detallada de los indicadores de diversidad que reflejan el compromiso de Puig con estas mejores prácticas.

13 de los 13 miembros del Consejo de Administración cuentan con experiencia y formación internacional:

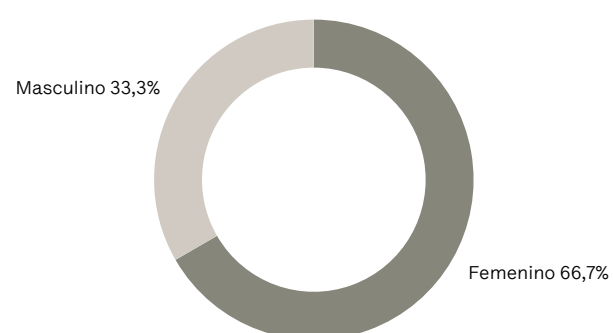
Experiencia y formación internacional de los consejeros



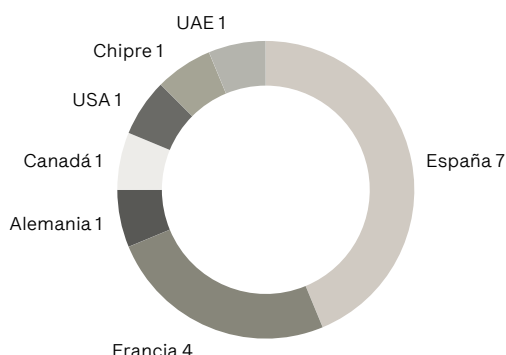
Género de los miembros del Consejo de Administración



Consejeras Independientes sobre el número total de Consejeros Independientes



Nacionalidades de los miembros del Consejo de Administración



Véase el Informe Anual de Gobierno Corporativo, Consejo de Administración de **Puig**, para obtener más información sobre la composición y diversidad del Consejo de Administración, así como sobre los perfiles de sus miembros.

Cambios en la composición del Consejo de Administración durante 2025

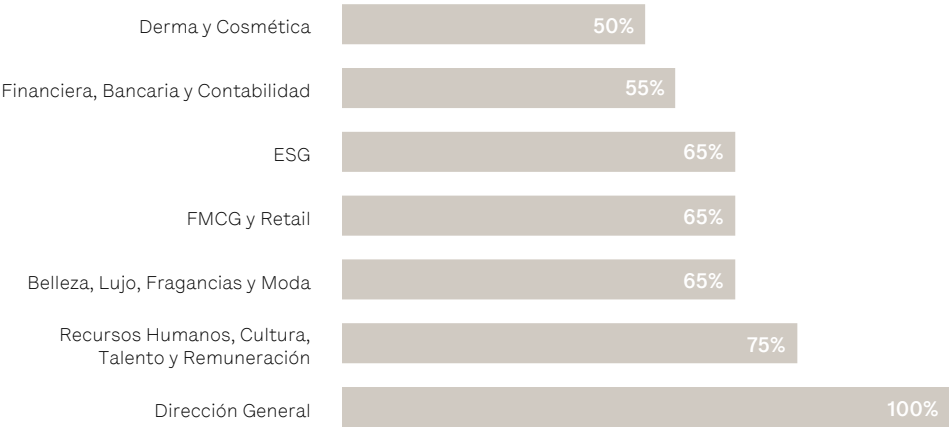
No se han producido dimisiones ni nuevos nombramientos de miembros del Consejo de Administración durante el ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2025.

Sin perjuicio de lo anterior, y siguiendo estándares rigurosos y elevados de buen gobierno corporativo, el Consejo de Administración de **Puig Brands**, en su reunión del 25 de abril de 2025, tras una recomendación favorable de su Comisión de Nombramientos y Retribuciones, aprobó: i) el cambio en la clasificación del Sr. Jordi Constans Fernández de Consejero a Consejeros Otros Externos después de doce años de servicio en **Puig** y, en consecuencia, su renuncia como Consejero Coordinador; y ii) el nombramiento del Sr. Nicolas Mirzayantz como Consejero Coordinador y como miembro de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. El Sr. Nicolas Mirzayantz ha ejercido como Consejero Independiente desde su nombramiento en 2023. En este sentido, el Consejero Coordinador también forma parte de las tres Comisiones del Consejo de Administración, lo que le proporciona una perspectiva amplia y transversal de las actividades del Consejo de Administración y de la gobernanza general.

Habilidades, formación y acceso a expertos del Consejo de Administración

De acuerdo con el Reglamento del Consejo de Administración de **Puig Brands**, en el proceso de selección de los miembros del Consejo se debe priorizar los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para dicho cargo. En este sentido, como parte del procedimiento de selección establecido en la Política de Selección y Diversidad del Consejo de Administración, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones elabora una matriz de competencias del Consejo de Administración que define las capacidades y conocimientos de los candidatos, y que ayuda a la Comisión a determinar las funciones que deben corresponder a cada puesto, así como las habilidades, conocimientos y experiencia más adecuados para el Consejo de Administración.

Matriz de competencias de los miembros del Consejo de Administración



Más del 60% de los miembros del Consejo de Administración cuentan con conocimientos especializados en principios de ESG. **Puig** evaluará si el plan de formación en ESG requiere modificaciones, basándose en las conclusiones de los análisis de doble materialidad que se lleven a cabo periódicamente y en las competencias de los miembros del Consejo de Administración.

El Consejo de Administración y sus Comisiones consultan con expertos externos para recibir formación en materias de interés específicas, así como siempre que sea necesario para mejorar la toma de decisiones y la eficacia de la gobernanza. En particular, durante 2025 y con el fin de reforzar la capacidad del Consejo de Administración para supervisar tecnologías emergentes y su impacto en el negocio, el Consejo de Administración ha recibido formación de una firma externa de reconocido prestigio internacional sobre inteligencia artificial, diseñada para mejorar la comprensión de sus dimensiones estratégicas, éticas y operativas.

Comisiones del Consejo

El Consejo de Administración cuenta con el apoyo de tres (3) Comisiones, a las que se encomiendan funciones de consulta, información y propuesta dentro de sus respectivas áreas de especialización.

Véase el Informe Anual de Gobierno Corporativo, Comisiones del Consejo de Administración de Puig.

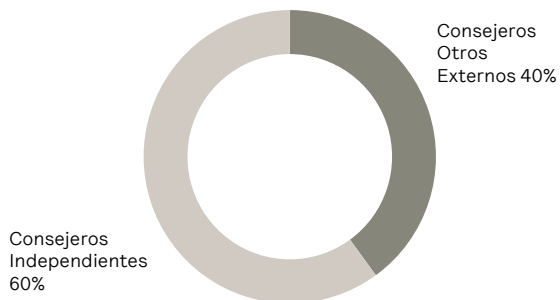
Comisión de Auditoría y Cumplimiento



Daniel Lalonde
Presidente

Rafael Cerezo Laporta
Yiannis Petrides
Nicolas Mirzayantz
María Dolores Dancausa Treviño
Francisco Blanco García
actúa como Secretario no Consejero

Categorías de los miembros de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento



La Comisión de Auditoría y Cumplimiento presta apoyo al Consejo de Administración emitiendo informes y propuestas relacionadas con la supervisión financiera, la auditoría interna y el cumplimiento normativo. Revisa periódicamente la elaboración de la información financiera, supervisa las operaciones vinculadas y garantiza la independencia del auditor externo. La Comisión también supervisa la función de auditoría interna, recibiendo los planes anuales y los informes de actividad del Auditor General. En cuanto al cumplimiento, supervisa la adhesión a las normativas internas de la sociedad, el modelo de prevención de delitos y las actividades del departamento de *Compliance* y del *Chief Compliance Officer*. La Comisión supervisa y revisa periódicamente los sistemas de control interno y de gestión de riesgos — tanto financieros como no financieros— para asegurar que las políticas se aplican de manera efectiva y que los riesgos clave se identifican, gestionan y comunican adecuadamente. Asimismo, la Comisión revisa las comunicaciones y presentaciones relativas a información financiera, no financiera y corporativa, y monitoriza la reacción de los mercados.

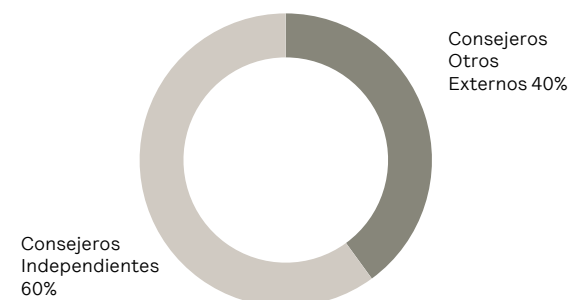
Comisión de Nombramientos y Retribuciones



Ángeles García-Poveda Morera
Presidenta

Jordi Constans Fernández
Rafael Cerezo Laporta
Christine A. Mei
Nicolas Mirzayantz
Álvaro Sanz de Oliveda
actúa como Secretario no Consejero

Categorías de los miembros de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones



La Comisión de Nombramientos y Retribuciones es responsable de asesorar y formular propuestas al Consejo de Administración en relación con la selección y la remuneración de los miembros del Consejo de Administración y de los Altos Directivos. Entre sus funciones se incluyen evaluar las competencias y la experiencia necesarias en el Consejo de Administración, promover la diversidad de género, proponer nombramientos y ceses, y supervisar la planificación de la sucesión para los puestos de liderazgo clave. También gestiona la aprobación y revisión de los contratos y de las políticas retributivas, así como la aprobación y revisión de la Política de Selección y Diversidad del Consejo de Administración. Además, la Comisión supervisa el cumplimiento de estas políticas, evalúa el rendimiento del Consejero delegado y verifica la exactitud de los datos retributivos incluidos en los informes corporativos.

Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social



Manuel Puig Rocha

Presidente

Marc Puig Guasch

Yiannis Petrides

Ángeles García-Poveda Morera

Nicolas Mirzayantz

María Antonia Ruiz Arteta

actúa como Secretaria no Consejera

Categorías de los miembros de la Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social

Consejero Ejecutivo
20%

Consejeros Independientes
40%

Consejero Dominical
20%

Consejero Otro Externo
20%



La Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social apoya al Consejo de Administración mediante la emisión de informes y propuestas relacionadas con las políticas de ética, sociales, medioambientales y de gobierno corporativo. Sus principales responsabilidades incluyen garantizar la alineación entre la cultura de la empresa y sus valores, supervisar las políticas medioambientales y sociales, promover la diversidad y las prácticas éticas, y hacer seguimiento de la comunicación con los grupos de interés. Asimismo, evalúa el cumplimiento de las recomendaciones de buen gobierno y supervisa las cuestiones medioambientales, sociales, de diversidad e integración, así como las relacionadas con la ética y la conducta en Puig, para asegurar que estén alineadas con las estrategias y políticas establecidas.

Representación de los empleados

Los órganos administrativos, de gestión y supervisión de Puig no incluyen representación de los empleados. Aunque algunos modelos de gobernanza europeos exigen la presencia sindical en los consejos, esto no es un requisito legal ni una práctica habitual en España. No obstante, Puig mantiene un firme compromiso con un diálogo abierto y constructivo con los empleados y sus representantes, garantizando que sus perspectivas se tengan en cuenta a través de los mecanismos de participación y consulta establecidos. Véase Social, Las personas en Puig, Procesos de participación y desarrollo de las personas en Puig.

Función de los Órganos de Gobierno

El Consejo de Administración asume la responsabilidad última de definir y supervisar la dirección estratégica de Puig, entre otras funciones. Aprueba los planes estratégicos y de negocio, los objetivos anuales y el presupuesto, además de establecer la estructura organizativa necesaria para garantizar su correcta implementación. Asimismo, el Consejo de Administración supervisa el avance hacia un crecimiento sostenible a largo plazo.

En materia de supervisión de riesgos, el Consejo de Administración, en coordinación con la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, aprueba y revisa periódicamente el marco y las políticas de control y gestión de riesgos de Puig. Esto incluye identificar los riesgos estratégicos financieros y no financieros —como los riesgos operativos, tecnológicos (incluida la ciberseguridad), legales, sociales, medioambientales y reputacionales—, definir los niveles de riesgo aceptables y aprobar, cuando corresponda, las medidas de mitigación. En este sentido, el Consejo de Administración aprobó la Política de Control y Gestión de Riesgos de Puig en enero de 2025, tras su propuesta por parte de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

Consejo de Administración

El Consejo de Administración, en coordinación con la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, garantiza la existencia de sistemas sólidos de control interno y de información, y supervisa las decisiones estratégicas, inversiones y operaciones relevantes que puedan afectar al perfil de riesgo o a la transparencia de **Puig**. A través de estas actuaciones, el Consejo de Administración protege la resiliencia de Puig y su capacidad para aprovechar oportunidades de manera responsable y sostenible. En 2025, **Puig** obtuvo la certificación externa conforme a la norma UNE-ISO 31000:2018 en relación con su sistema de gestión de riesgos estratégicos en el sector de la cosmética y la moda.

El Reglamento del Consejo de Administración establece que cada Comisión debe mantener una comunicación clara y puntual con el Consejo de Administración e informar de sus actividades en la primera sesión plenaria del Consejo de Administración que tenga lugar tras cualquiera de sus reuniones. Asimismo, los equipos directivos de cada unidad de negocio y de cada marca comparecen regularmente ante el Consejo de Administración para informar de sus actividades, lo que permite al Consejo de Administración analizar de cerca y seguir la evolución y las perspectivas del negocio.

El hecho de que algunos consejeros formen parte de varias Comisiones y, especialmente, que el Consejero Coordinador participe en todas ellas, refuerza la capacidad de **Puig** para supervisar los riesgos de forma eficaz. Esta estructura facilita una visión integrada de las distintas áreas de gobernanza y contribuye a que las decisiones sean coherentes y bien fundamentadas.

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento apoya al Consejo de Administración en sus funciones de supervisión, velando por la integridad de la información financiera y no financiera y por la eficacia de los sistemas de control interno y gestión de riesgos. Asimismo supervisa la preparación de los estados financieros y las cuentas anuales, el cumplimiento de las obligaciones regulatorias y la adecuación de los principios contables aplicados. También supervisa la función de auditoría interna, aprueba su plan anual y se asegura de que sus trabajos se centren en los riesgos más relevantes, incluidos los reputacionales y los relacionados con el cumplimiento normativo.

Además, esta Comisión desempeña un papel fundamental en la supervisión de riesgos, al revisar periódicamente los sistemas de control y gestión de riesgos de **Puig** con el fin de confirmar que las políticas se aplican correctamente y que los riesgos relevantes están bien identificados y mitigados. Supervisa los riesgos estratégicos, tanto financieros como no financieros —incluidos los riesgos operativos, tecnológicos, legales, sociales, medioambientales y los relacionados con la corrupción— y se asegura de que los sistemas internos de información sean sólidos. La Comisión también garantiza la independencia del auditor externo, supervisa su contratación y emite un informe anual sobre su independencia. Con estas actuaciones, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento refuerza la transparencia, la responsabilidad y la resiliencia de **Puig** en un entorno de riesgos dinámico.

Comité de Riesgos

Cada Comité de Riesgos se reúne, como mínimo, una vez al trimestre para gestionar los riesgos definidos como principales o estratégicos, en coordinación con el Área de Gestión de Riesgos y conforme a los requisitos establecidos por las políticas de las áreas de control correspondientes. Cada Comité de Riesgos comunica sus conclusiones al Área de Gestión de Riesgos, la cual, a través del *Risk Manager*, informa periódicamente a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y al Consejo de Administración.

Los Altos Directivos y el equipo de gestión de **Puig** participan activamente en los Comités de Riesgos y aportan los recursos necesarios para desarrollar las actividades de control y gestión. También definen las funciones y responsabilidades asociadas a estas actividades.

Los Risk Owners designados y los equipos responsables de cada área de control trabajan junto con el Área de Gestión de Riesgos para identificar y priorizar los riesgos clave dentro de su ámbito, establecer niveles de tolerancia y proponer controles e indicadores de seguimiento. Evalúan estos indicadores e implantan medidas de respuesta cuando se considera necesario, asegurando una gestión de riesgos dinámica y eficaz. Las conclusiones de los *Risk Owners* se trasladan al Área de Gestión de Riesgos, la cual, a través del *Risk Manager*, informa periódicamente a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y al Consejo de Administración. Por su parte, los equipos responsables de cada área de control identifican y gestionan los controles necesarios conforme a sus políticas específicas y a los procesos derivados de ellas.

Área de Gestión de Riesgos

El Área de Gestión de Riesgos lidera la elaboración, mantenimiento y actualización periódica del mapa de riesgos de **Puig**, garantizando la eficacia del sistema mediante la identificación, priorización, evaluación y seguimiento de los riesgos. Integra las medidas de control, proporciona herramientas e información para el tratamiento de riesgos, impulsa una cultura sólida de gestión de riesgos en todos los niveles y lleva a cabo evaluaciones periódicas del modelo de gestión. El *Risk Manager* preside los Comités de Riesgos, consolida las conclusiones de las comisiones y de los *Risk Owners* y las comunica periódicamente a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y al Consejo de Administración, ofreciendo un nivel razonable de garantía sobre la eficacia del sistema.

Responsables de procesos operativos

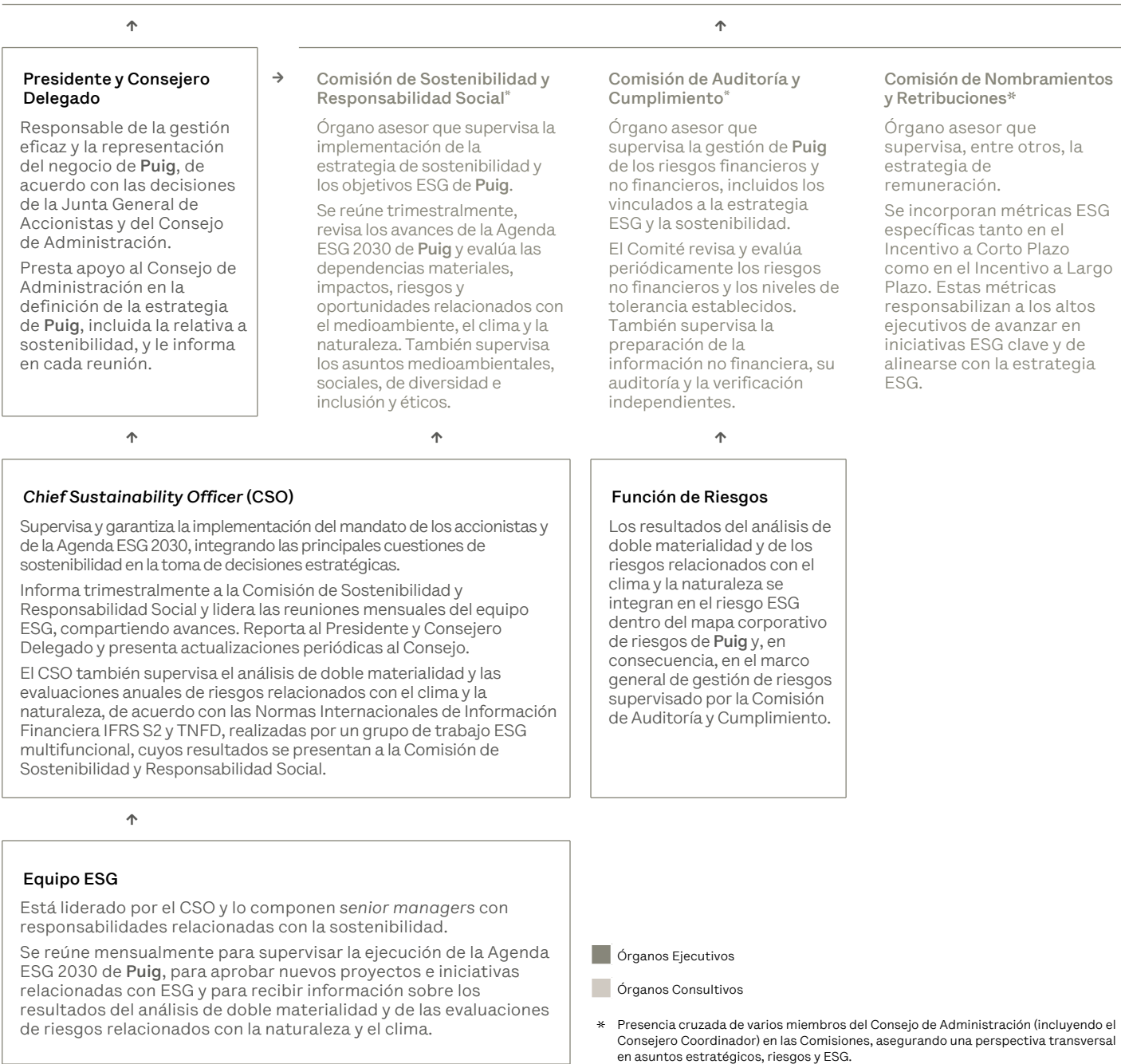
Con el apoyo del Área de Gestión de Riesgos, son responsables de identificar, evaluar y priorizar los riesgos operativos dentro de su ámbito, así como de diseñar e implementar los controles apropiados. Además, realizan un seguimiento periódico del nivel de riesgo y actúan en consecuencia.

Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración

GOV-2

La sostenibilidad está integrada en toda la estructura de gobernanza de **Puig** y forma parte de sus procesos de toma de decisiones. El Consejo de Administración tiene la responsabilidad última de definir la estrategia de sostenibilidad y responsabilidad social de **Puig**, mientras que diferentes órganos consultivos y ejecutivos contribuyen activamente a su desarrollo e implementación, tal y como se detalla a continuación:

Consejo de Administración
 Define la estrategia de sostenibilidad y responsabilidad social de **Puig**



Actividades del Consejo de Administración y de las Comisiones en Materia de Sostenibilidad Durante el Ejercicio Fiscal 2025

Consejo de Administración

Durante el ejercicio fiscal 2025, el Consejo de Administración abordó, entre otras actividades, los siguientes asuntos relacionados con la sostenibilidad:

- En coordinación con la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, supervisión y aprobación de la elaboración y presentación del Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad de **Puig**. Supervisión y aprobación de la comunicación de la información no financiera y corporativa.
- En coordinación con la Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social, aprobación del Código de Conducta para Proveedores aplicable a todos los proveedores de **Puig**.
- Actualización sobre la función de gestión de riesgos, seguimiento del portfolio de riesgos estratégicos y propuesta para su priorización y estrategia de tratamiento.
- El *Chief Sustainability Officer* (CSO) y la Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social presentaron al Consejo las cuestiones en materia de ESG, al menos trimestralmente, con fines de seguimiento.

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Asimismo, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento llevó a cabo las siguientes actividades relacionadas con asuntos de sostenibilidad:

- Supervisión de la elaboración y presentación del Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad de **Puig**. Supervisión y aprobación de la comunicación de la información no financiera y corporativa.
- Supervisión y evaluación de la función de control y gestión de riesgos, seguimiento del portfolio de riesgos estratégicos (incluidos los riesgos de sostenibilidad). Propuesta para el análisis de riesgos emergentes y la actualización de los riesgos estratégicos para 2025, además de su priorización, estrategia de gestión y monitorización periódica. Aprobación de la Política de Control y Gestión de Riesgos.

Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social

Durante el ejercicio fiscal 2025, la Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social llevó a cabo las siguientes actividades:

- Seguimiento de los objetivos ESG prioritarios para 2025.
- Aprobación de la lista simplificada de 33 impactos, riesgos y oportunidades (IRO) materiales, resultante de la revisión del análisis de doble materialidad del año anterior.
- En coordinación con la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, revisión de los incentivos ESG, tanto los de corto plazo (STI) para el ejercicio fiscal 2025 como los de largo plazo (LTI) para el periodo 2025-2027.
- Revisión y análisis de los datos cuantitativos de la huella de carbono corporativa de **Puig**, los datos cuantitativos de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y el plan de 2025 para mejorar la calidad de los datos.
- Análisis y revisión del Plan Social de **Puig** (la estrategia de la compañía en el ámbito “S” de ESG) y definición de prioridades en este ámbito.

- Seguimiento de la estrategia de la compañía para la adaptación a la Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022 que modifica el Reglamento (UE) n.º 537/2014, la Directiva 2004/109/CE, la Directiva 2006/43/CE y la Directiva 2013/34/UE, en lo relativo a la divulgación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas.
- Coordinación y seguimiento de iniciativas ESG, en colaboración con asesores externos. En particular, el ESG Scorecard, la definición de la Estrategia Social y un proyecto de revisión de la Agenda ESG 2030.
- Estudio y revisión de la legislación aplicable en materia de sostenibilidad, alcance empresarial de **Puig** y análisis de los asuntos prioritarios.
- Estudio y revisión del impacto de **Puig** en la naturaleza y la biodiversidad y definición de prioridades en este ámbito.
- Revisión del Plan de Transición Climática.
- Seguimiento de los índices de rendimiento y de las evaluaciones de **Puig** por parte de agencias externas de calificación.
- Revisión del cumplimiento de los acuerdos de financiación ecológica firmados con determinadas instituciones financieras y aprobación del primer *Sustainable Finance Framework*.
- Revisión y propuesta al Consejo de Administración del Código de Conducta para Proveedores aplicable a todos los proveedores de **Puig**.

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Durante el ejercicio fiscal 2025, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones llevó a cabo las siguientes actividades relacionadas con cuestiones de sostenibilidad:

- En coordinación con la Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social, revisión de los incentivos ESG, tanto los de corto plazo (STI) para el ejercicio fiscal 2025 como los de largo plazo (LTI) para el periodo 2025-2027.

Véase el Informe Anual de Gobierno Corporativo de **Puig**, Comisiones del Consejo de Administración.

Integración del desempeño en sostenibilidad en los esquemas de incentivos

GOV-3

El marco de trabajo retributivo de **Puig** está diseñado para ser coherente con la estrategia, los valores y los intereses a largo plazo de la compañía, y para apoyar la creación de valor sostenible en el tiempo. En línea con su carácter familiar y su visión a largo plazo, la retribución se concibe como una herramienta clave de buena gobernanza para alinear la toma de decisiones al más alto nivel con los intereses de los accionistas y otros grupos de interés, fomentando al mismo tiempo un rendimiento empresarial responsable y sostenible.

En este contexto, y de acuerdo con la Política de Retribuciones de los Consejeros, la compañía integra consideraciones relacionadas con la sostenibilidad en su estructura retributiva mediante una remuneración variable vinculada al rendimiento del Presidente y Consejero Delegado en sus funciones ejecutivas. Este enfoque busca garantizar que el éxito en los objetivos financieros y operativos vaya acompañado de avances en las prioridades medioambientales, sociales y de gobernanza de la compañía, en coherencia con la estrategia de sostenibilidad de **Puig** y su compromiso con la creación de valor a largo plazo.

Remuneración de los Consejeros

En línea con la Política de Retribuciones de los Consejeros y las mejores prácticas aplicables, la remuneración de los miembros del Consejo de Administración en su condición de tales se compone exclusivamente de componentes fijos y no está vinculada al rendimiento. Esta estructura retributiva refleja la naturaleza supervisora y de toma de decisiones colectiva del rol de los consejeros no ejecutivos y salvaguarda la independencia de su juicio.

La remuneración anual máxima agregada pagadera a los consejeros en su condición de tales la aprueba la Junta General de Accionistas. Dentro de este límite, el Consejo de Administración determina la distribución y el pago de dicha remuneración basándose en una propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, teniendo en cuenta las funciones y responsabilidades asignadas a cada consejero y su pertenencia a las diferentes Comisiones del Consejo.

Redistribución del Presidente y Consejero Delegado por funciones ejecutivas

El Presidente y Consejero Delegado es un consejero ejecutivo y recibe remuneración exclusivamente por el desempeño de funciones ejecutivas, de acuerdo con la Política de Retribuciones de los Consejeros y los términos del correspondiente contrato de servicios aprobado conforme a los requisitos legales aplicables.

El marco retributivo aplicable a las funciones ejecutivas está diseñado para que sea compatible con la estrategia, los valores, los objetivos de sostenibilidad y los intereses a largo plazo de la compañía, al tiempo que promueve una gestión eficaz de riesgos y evita la asunción excesiva de riesgos. En este contexto, la estructura retributiva combina componentes fijos y variables y está alineada con el principio de pago por rendimiento (pay-for-performance).

La remuneración variable representa una parte importante de la retribución total y está condicionada al éxito en alcanzar objetivos de rendimiento predeterminados. Estos objetivos pueden incluir criterios financieros, operativos y no financieros, incluidas consideraciones medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG), reforzando así la alineación entre los resultados retributivos del equipo ejecutivo y las prioridades estratégicas y de desarrollo sostenible de la compañía.

Remuneración Variable Anual o Incentivo a Corto Plazo (STI)

La remuneración variable a corto plazo o anual tiene como finalidad incentivar el rendimiento alineándolo con los objetivos anuales de **Puig**, al tiempo que promueve una gestión de riesgos sólida y eficaz. Se trata de un componente retributivo no consolidado y contingente, vinculado al logro de objetivos específicos, predeterminados y cuantificables, aprobados anualmente por el Consejo de Administración a propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

La remuneración variable anual se evalúa en función de una combinación de criterios financieros, operativos y no financieros, alineados con el plan estratégico de **Puig**. Estos criterios pueden incluir objetivos económicos y financieros, metas operativas y objetivos no financieros relacionados con cuestiones medioambientales, sociales y de gobernanza.

Los criterios de rendimiento relacionados con la sostenibilidad forman parte integral de la remuneración variable anual. Para cada ejercicio, el Informe Anual de Retribuciones de los Consejeros divulga los objetivos de sostenibilidad y ESG aplicables a dicho año, el grado de éxito con esos objetivos en el ejercicio finalizado y los objetivos relacionados con la sostenibilidad establecidos para el ejercicio en curso.

Para el ejercicio 2025, los objetivos relacionados con la sostenibilidad aplicables al Presidente y Consejero Delegado dentro del esquema de incentivos a corto plazo incluyen:

- Continuar avanzando hacia los objetivos de descarbonización de la compañía aprobados por la iniciativa Science Based Targets (SBTi) para 2030 y 2050; y
- La aprobación de la Estrategia Social de la Agenda ESG 2030 de **Puig** antes de finales de 2025.

Para el periodo objeto de informe, los objetivos relacionados con ESG representaron aproximadamente el 10% de la remuneración variable anual objetivo. El grado de éxito en la consecución de los objetivos anuales, incluidos los relacionados con la sostenibilidad, se evalúa al cerrar el ejercicio, y el importe final de la remuneración variable anual, en su caso, lo determina el Consejo de Administración tras una propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, sujeto a las disposiciones aplicables de *malus* y *clawback*.

Remuneración Variable Plurianual o Incentivo a Largo Plazo (LTI)

El incentivo a largo plazo (LTI por sus siglas en inglés) o remuneración variable plurianual está diseñado para promover el logro de los objetivos estratégicos a largo plazo de **Puig** y para alinear los intereses de la alta dirección con los de los accionistas y otros grupos de interés en un horizonte temporal de varios años.

En la Junta General de Accionistas de 2025, la compañía aprobó un nuevo marco de incentivos a largo plazo para la alta dirección, estructurado como un plan de acciones condicionadas con ciclos sucesivos y superpuestos, cada uno sujeto a periodos de rendimiento de varios años. Este marco de incentivos a largo plazo está alineado con la estrategia a largo plazo de la compañía y con sus objetivos de sostenibilidad, y se rige por la Política de Retribuciones de los Consejeros.

El primer ciclo de este nuevo plan de incentivos a largo plazo, el (LTIP por sus siglas en inglés) 2025–2027, se lanzó en 2025. Este primer ciclo está estructurado con un periodo de rendimiento de tres años y prevé la

entrega condicionada de acciones al final del periodo, sujeta al cumplimiento de condiciones de rendimiento predeterminadas y aprobadas por el Consejo de Administración a propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

El rendimiento bajo el LTIP 2025–2027 se evalúa en función de una combinación de métricas financieras y no financieras alineadas con las prioridades a largo plazo de **Puig**. Las condiciones de rendimiento para este primer ciclo están basadas en rentabilidad, crecimiento, creación de valor y sostenibilidad, con la siguiente ponderación: EBITDA Ajustado (50%), Ingresos Netos Like-for-Like (40%) y objetivos ESG (10%).

Los criterios de rendimiento relacionados con la sostenibilidad y ESG forman, por tanto, una parte integral del plan de incentivos a largo plazo desde su inicio. En el LTIP 2025–2027, el rendimiento relacionado con ESG representa el 10% de la remuneración objetivo variable a largo plazo y está vinculado al rendimiento de **Puig** en materia medioambiental, social y de gobernanza.

El objetivo ESG del Ciclo 1 se estructura en dos componentes de igual peso (50% cada uno), cuya evaluación combinada determina el nivel global de éxito en la consecución del objetivo ESG para el ciclo.

El primer componente es un Índice de Sostenibilidad, medido con tres indicadores ESG externos, cada uno con el mismo peso relativo:

- La calificación de **Puig** en el índice CDP (Carbon Disclosure Project) – Cambio Climático
- La calificación de **Puig** en el índice Sustainalytics
- La calificación de **Puig** en el índice EcoVadis

El segundo componente está formado por Indicadores ESG Internos, compuestos por tres subindicadores internos, cada uno con el mismo peso:

- Reducción de la intensidad de la huella de carbono, medida a través de la evolución de la intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de **Puig** en comparación con el valor de referencia establecido al inicio del ciclo.
- Porcentaje de energía procedente de fuentes renovables, evaluado como la proporción de consumo de energía renovable sobre el consumo total de energía en el último año del ciclo.
- Avances en la estrategia de impacto social, evaluados en función del cumplimiento de acciones específicas definidas dentro de la estrategia de impacto social de **Puig**.

El nivel de éxito en la consecución del objetivo ESG se determina en función de los objetivos aprobados por el Consejo de Administración. Para determinar el grado de éxito en la consecución del objetivo de sostenibilidad y calcular el porcentaje de devengo correspondiente, se deben tener en cuenta las calificaciones obtenidas en cada uno de los indicadores mencionados y se ponderan según su importancia relativa.

Las métricas específicas de rendimiento, ponderaciones, escalas de rendimiento y el grado de consecución aplicables a otros ciclos del plan de incentivos a largo plazo se definen al inicio del periodo de rendimiento

Remuneración de la alta dirección

correspondiente y se divulgarán en el Informe Anual de Retribuciones de los Consejeros, junto con la información correspondiente sobre el resultado de consolidación al final de cada ciclo.

Además del Presidente y Consejero Delegado, la alta dirección de la compañía está sujeta a un marco retributivo que incorpora criterios de rendimiento relacionados con la sostenibilidad, en línea con la Política de Retribuciones de los Consejeros y los principios de pago por rendimiento de **Puig**.

La retribución de la alta dirección incluye componentes fijos y variables, siendo la remuneración variable una combinación de un incentivo a corto plazo y, cuando sea pertinente, la participación en planes de incentivos a largo plazo. Estos esquemas de incentivos están diseñados para alinear el rendimiento de la alta dirección con los objetivos estratégicos de la compañía y con sus prioridades de creación de valor a largo plazo.

Los objetivos relacionados con la sostenibilidad y los criterios ESG se integran en la remuneración variable aplicable a la alta dirección. En los planes de incentivos a largo plazo, los objetivos ESG se definen de manera coherente para todos los participantes del plan, incluido el Presidente y Consejero Delegado. En los esquemas de incentivos a corto plazo, los objetivos vinculados a la sostenibilidad están alineados con las prioridades ESG de **Puig**, pero pueden variar según del rol, el nivel de responsabilidad y el alcance de cada puesto. Este enfoque garantiza una dirección estratégica coherente, permitiendo al mismo tiempo una diferenciación adecuada dentro de la organización.

Gobernanza

Los esquemas de incentivos aplicables al Presidente y Consejero Delegado y a la alta dirección, incluida la integración de criterios de rendimiento relacionados con la sostenibilidad y las cuestiones ESG, se diseñan e implementan dentro del marco de trabajo retributivo y de gobernanza de la compañía, en sintonía con su estrategia, sus intereses a largo plazo y sus prioridades en materia de sostenibilidad.

Los términos y condiciones de los esquemas de incentivos a corto y largo plazo, incluidos los criterios de rendimiento relacionados con la sostenibilidad y las cuestiones ESG, se establecen de acuerdo con los marcos de trabajo internos aplicables y se divulgan en la documentación corporativa de retribuciones correspondiente.

Políticas Corporativas de Puig

MDR-P

Una de las principales responsabilidades del Consejo de Administración y del Presidente y Consejero Delegado es la aprobación de las políticas que definen la forma de trabajar de **Puig** y sus principios rectores asegurando una base sólida para la conducta ética, la sostenibilidad y el cumplimiento normativo.

En el centro del marco normativo de **Puig** se encuentra su Código Ético. Partiendo del Código Ético, las Políticas Corporativas Fundamentales, aprobadas por el Consejo, establecen los principios esenciales que configuran el enfoque de **Puig** en materia de gobernanza, sostenibilidad y cumplimiento normativo.

Las Políticas Corporativas traducen la visión ética y estratégica de **Puig**, definida por el Código Ético y por las Políticas Corporativas Fundamentales, en estándares operativos específicos que permiten a los equipos actuar de manera responsable fomentando una cultura de rendición de cuentas.

A fin de garantizar claridad y coherencia, estas políticas establecen directrices específicas para las principales áreas operativas, reforzando la transparencia y la asunción de responsabilidad en toda la organización.

Esta estructura de jerarquía está regida por la Política de Políticas, que estandariza el desarrollo e implementación de políticas en **Puig**.

Ámbito de aplicación

La normativa interna de **Puig** resulta de aplicación a todas las sociedades que conforman **Puig** y, en concreto, a **Puig Brands, S.A.**, sus filiales y cualquier sociedad futura en la que **Puig Brands, S.A.** posea o pueda poseer un control directo o indirecto, de acuerdo con el artículo 42 del Código de Comercio Español. Esta normativa se aplica igualmente a todos los empleados de dichas sociedades. Además, el Código Ético, el Código de Conducta para Proveedores y la Política de Abastecimiento Responsable resultan de aplicación a terceros y socios comerciales.

Disponibilidad

Todas las políticas y normas corporativas están disponibles a través de distintos canales, en función de los usuarios a los que van dirigidas, e incluyen:

- La página web de **Puig**: www.puig.com
- El Canal de Denuncias de **Puig**:
<https://puigreportingchannel.ethicspoint.com/>
- La plataforma interna de comunicación de la compañía: Ethics Home

Este marco normativo refuerza el compromiso de **Puig** con unas prácticas empresariales responsables, y asegura su adecuación a los más altos estándares éticos y de cumplimiento.

Políticas materiales - Contenidos clave y responsabilidad

La siguiente lista recoge las políticas explicadas en el informe.

Políticas	Contenido clave	Responsabilidad
Código Ético	Define los valores, principios éticos y compromisos de Puig , abordando riesgos importantes como el cumplimiento normativo, la equidad y la integridad.	Consejo de Administración de Puig Brands, S.A.
Política de Derechos Humanos	Refleja el compromiso de la compañía de respetar los derechos humanos universales y contempla riesgos como el trabajo forzoso, el trabajo infantil y la discriminación.	<i>Chief Human Resources Officer (CHRO)</i>
Código de Conducta para Proveedores	Establece los requisitos mínimos en materia medioambiental, social y de gobernanza que los proveedores deben cumplir.	Consejo de Administración de Puig Brands, S.A.
Política de Abastecimiento Responsable	Comunica la posición y las expectativas de Puig sobre los requisitos de abastecimiento responsable, principalmente certificaciones, aplicables a determinados materiales e ingredientes.	<i>Chief Sustainability Officer (CSO)</i>
Política de Políticas	Define las directrices internas para la redacción, aprobación e implementación de políticas, mitigando los riesgos de falta de coherencia o de transparencia.	<i>Chief Compliance Officer (CCO)</i>
Política y Procedimiento del Canal de Denuncias	Regulan el Canal de Denuncias de Puig y definen un mecanismo seguro y confidencial para gestionar riesgos de conductas no éticas.	<i>Chief Compliance Officer (CCO)</i>
Política de Cumplimiento y Prevención de Delitos	Define el enfoque y los principios de la compañía en materia de cumplimiento normativo y prevención de delitos.	<i>Chief Compliance Officer (CCO)</i>
Política Anticorrupción	Establece la política de tolerancia cero de la compañía frente a la corrupción, especificando medidas preventivas y controles para mitigar los riesgos de corrupción y soborno.	<i>Chief Compliance Officer (CCO)</i>
Política de Seguridad de la Información	Garantiza la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los activos de información.	<i>General Counsel y Chief Operating Officer (COO)</i>
Política sobre Normativa de la Competencia	Refleja los principios de la compañía en relación con la libre competencia y la lucha contra prácticas anticompetitivas.	General Counsel
Plan de Transición Climática	Refleja el compromiso de garantizar que Puig contribuya a limitar el calentamiento global a 1,5 °C para 2030, alcance el net-zero en 2050 y se adapte al cambio climático.	<i>Chief Sustainability Officer (CSO)</i>
Política de Prevención de la Contaminación	Muestra el compromiso de la compañía para minimizar el impacto medioambiental de sus operaciones.	<i>Chief Sustainability Officer (CSO)</i>
Política del Agua	Refleja los compromisos adoptados por Puig para gestionar los recursos hídricos en nuestras operaciones directas y en toda la cadena de valor.	<i>Chief Sustainability Officer (CSO)</i>

Políticas	Contenido clave	Responsabilidad
Política Forestal	Promueve cadenas de suministro que no provoquen deforestación y fomenta la preservación de la biodiversidad.	<i>Chief Sustainability Officer (CSO)</i>
Política de Gestión de Residuos y Circularidad	Refleja los compromisos adoptados por Puig para gestionar los residuos y fomentar la economía circular en nuestras operaciones directas y en la cadena de valor.	<i>Chief Sustainability Officer (CSO)</i>
Política de Salud Ocupacional y Seguridad	Tiene como objetivo garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para todos los empleados y grupos de interés de Puig mediante la implementación de estándares rigurosos, la promoción de la mejora continua y la priorización del bienestar y el cumplimiento en todas las actividades de la compañía.	<i>Chief Operating Officer (COO)</i>
Política de Marketing Responsable	Refleja la determinación de Puig de promover un marketing ético, transparente y responsable, asegurando que todas las comunicaciones y prácticas comerciales generen confianza, respeten los derechos de los consumidores y fomenten un impacto positivo en la sociedad.	<i>General Counsel</i>
Política de Minerales en Conflicto	Refuerza la obtención responsable de materiales, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas en el uso de minerales y velando por que los proveedores mantengan prácticas responsables en toda su cadena de suministro.	<i>Chief Sustainability Officer (CSO)</i>
Política de Redes Sociales	Define las normas para el uso responsable de las redes sociales con el fin de evitar riesgos relacionados con la reputación corporativa, la confidencialidad y la información sensible para el mercado.	<i>Chief Communication Officer (CCO)</i>

Participación de los grupos de interés clave

Estas políticas se han desarrollado a través de una coordinación estructurada entre los distintos departamentos y sus responsables, asegurando la coherencia y el consenso en todas las áreas del negocio con el objetivo de de lograr su implementación homogénea.

Declaración sobre Debita Diligencia

GOV-4

Puig sigue desarrollando un proceso de debida diligencia en materia de sostenibilidad basado en las Directrices de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos)⁴ para Empresas Multinacionales, los Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Esta iniciativa tiene como objetivo integrar un marco estructurado de debida diligencia en la Política de Derechos Humanos de **Puig** y el Código de Conducta para Proveedores, reforzando los esfuerzos de la compañía para garantizar prácticas empresariales éticas y responsables.

Aunque **Puig** aún no ha formalizado un proceso integral de debida diligencia, la compañía ya ha puesto en marcha mecanismos clave para supervisar y mitigar posibles riesgos ESG e impactos negativos dentro de su cadena de suministro. Estas medidas contribuyen a una identificación de riesgos al principio de los proyectos, a un abastecimiento responsable y a la mejora continua en la protección de los derechos humanos y del medioambiente.

Para supervisar y mitigar proactivamente los posibles riesgos ESG e impactos negativos en su cadena de suministro, **Puig** ha establecido los siguientes procesos y mecanismos clave:

- Código Ético para expresar el compromiso con el respeto a los derechos humanos y al medioambiente
- Política de Derechos Humanos
- Código de Conducta para Proveedores
- Política de Abastecimiento Responsable
- Canal de Denuncias, accesible para cualquier grupo de interés para denunciar incumplimientos del Código Ético o de las normativas pertinentes
- Evaluación de proveedores en materia ESG, basada en calificaciones de terceros como EcoVadis y Sedex
- Auditorías presenciales a proveedores en cuestiones ESG, siguiendo la metodología de auditorías SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) de Sedex de 4 pilares

⁴ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

Gestión de riesgos y controles internos de la divulgación de información sobre sostenibilidad

GOV-5

El marco de gobernanza que respalda la gestión de riesgos y el control interno sobre la información de sostenibilidad opera en varios niveles de la organización. A nivel del Consejo, la Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social supervisa la estrategia ESG de la compañía y el progreso respecto a la Agenda ESG 2030 de **Puig**, mientras que la Comisión de Auditoría y Cumplimiento se asegura de que los riesgos relacionados con la sostenibilidad identificados como estratégicos permanezcan alineados con el marco general de gestión de riesgos.

En el contexto de los informes de sostenibilidad, los riesgos clave están relacionados con la exactitud, integridad y coherencia de los datos, especialmente cuando la información procede de múltiples sistemas, unidades de negocio o geografías, o cuando se requieren estimaciones y juicios. Estos riesgos se evalúan y priorizan según los resultados del proceso de recopilación y consolidación de datos, prestando especial atención a las áreas que presentan brechas, inconsistencias o mayores niveles de juicio.

Cuando se identifican desviaciones o inconsistencias, se revisan y ajustan las metodologías, hipótesis y procesos. Los hallazgos importantes se elevan a los foros de gobernanza correspondientes. Durante la preparación del Informe Anual Integrado, el Departamento de Sostenibilidad Corporativa informa periódicamente a la alta dirección y a los miembros relevantes del Comité Ejecutivo sobre el progreso y las cuestiones clave.

La gestión de riesgos en materia de información de sostenibilidad en **Puig** sigue un enfoque coordinado y transversal. El CSRD Steering Team — compuesto por directivos sénior de funciones corporativas clave— supervisa el proceso de generación de informes, monitoriza el avance y aborda los riesgos y cuestiones relacionados con la información sobre sostenibilidad.

Las funciones corporativas son responsables de preparar la información relacionada con la sostenibilidad dentro de sus respectivas áreas de responsabilidad (incluidos Recursos Humanos, Seguridad y Salud, Medioambiente y Cumplimiento), mientras que los responsables designados de cada capítulo validan la exactitud, integridad y coherencia de la información.

Cuando existen sistemas corporativos disponibles, estos se utilizan para gestionar y consolidar los datos de sostenibilidad; en caso contrario, la información se recopila directamente de las áreas correspondientes y se consolida a nivel de Grupo. Este enfoque favorece la coherencia, trazabilidad y comparabilidad en toda la organización.

De acuerdo con el modelo de gobernanza de **Puig**, cada área corporativa es responsable de establecer y mantener directrices y controles internos adecuados para garantizar la calidad e integridad de la información relacionada con la sostenibilidad dentro de su ámbito. El Departamento de Sostenibilidad Corporativa coordina el proceso de reporte y revisa la información para garantizar su alineación con los requisitos regulatorios y técnicos aplicables. De acuerdo con las obligaciones legales, la información de sostenibilidad incluida en este informe está sujeta a verificación externa independiente.

Puig continúa reforzando su entorno de control interno para las divulgaciones relacionadas con la sostenibilidad mediante la colaboración continua entre el Departamento de Sostenibilidad Corporativa y otras funciones corporativas. Este esfuerzo constante mejora la fiabilidad de la información de sostenibilidad y respalda la alineación progresiva de los controles internos con los requisitos regulatorios y de verificación en constante evolución.

1.4

Performance

Contexto de Negocio

SBM-1

Resumen del mercado global de belleza

Tendencias clave

- **Entorno geopolítico y políticas comerciales:** Una mayor volatilidad causó incertidumbre e impactó en la confianza del consumidor, los tipos de cambio y las condiciones comerciales.
- **Moderación del crecimiento de fragancias:** En 2025, el mercado de fragancias continuó su crecimiento saludable, pero empezó a mostrar signos claros de moderación en comparación con años anteriores, tras un periodo de expansión excepcionalmente alto.
- **Premiumización:** Se mantuvo la demanda de productos de belleza premium, impulsada por un mayor conocimiento del consumidor, la educación de marca y la búsqueda de exclusividad.
- **Mayor cautela en el gasto del consumidor:** Aunque la inflación global se moderó a lo largo del año, los consumidores adoptaron comportamientos de compra más prudentes y deliberados, y buscaron maximizar el valor de su compra en un contexto de precios aún elevados para bienes esenciales.
- **Crecimiento del segmento *mass* y *masstige*:** La mayor prudencia del consumidor generó oportunidades de innovación en los segmentos *mass* y *masstige* e impulsó el crecimiento en esta parte del mercado. Esta tendencia se refleja en la creciente popularidad de opciones asequibles como las brumas perfumadas en fragancias, las marcas de imitación en maquillaje y las innovaciones de bajo precio y alta eficacia en cuidado de la piel.
- **Bienestar y longevidad:** Aumenta la tendencia hacia productos que promueven la salud y el bienestar, con un énfasis creciente en la longevidad y el envejecimiento saludables.
- **Fragancias y bienestar emocional:** Los consumidores utilizan cada vez más los perfumes como una forma de terapia sensorial vinculada al bienestar emocional.
- **Influencia de la Generación Z:** Esta generación sigue dando forma a la dinámica del mercado con sus preferencias por la autoexpresión y por marcas auténticas, sostenibles e inclusivas.
- **Integración de la sostenibilidad:** El énfasis en la sostenibilidad continúa a lo largo de toda la cadena de valor.
- **Estrategias multicanal:** Mantener un enfoque multicanal fluido se ha vuelto crucial para ofrecer una experiencia 360° al consumidor.
- **Dominio del social e-commerce:** Las plataformas digitales están impulsando el crecimiento del comercio electrónico, alimentado por la demanda de comodidad por parte del consumidor, contenido viral y un comportamiento de compra cada vez más espontáneo.
- **Herramientas digitales:** Innovaciones como la inteligencia artificial, la tecnología de prueba virtual y las herramientas de análisis de cuidado de la piel personalizado están ganando tracción, elevando la participación del consumidor.
- **Innovación de marcas indie:** El sólido rendimiento y la innovación de las marcas indie, acelerados por el alcance de las redes sociales y las plataformas de comercio electrónico, están ampliando aún más el mercado potencial de la belleza.

Principales magnitudes 2025

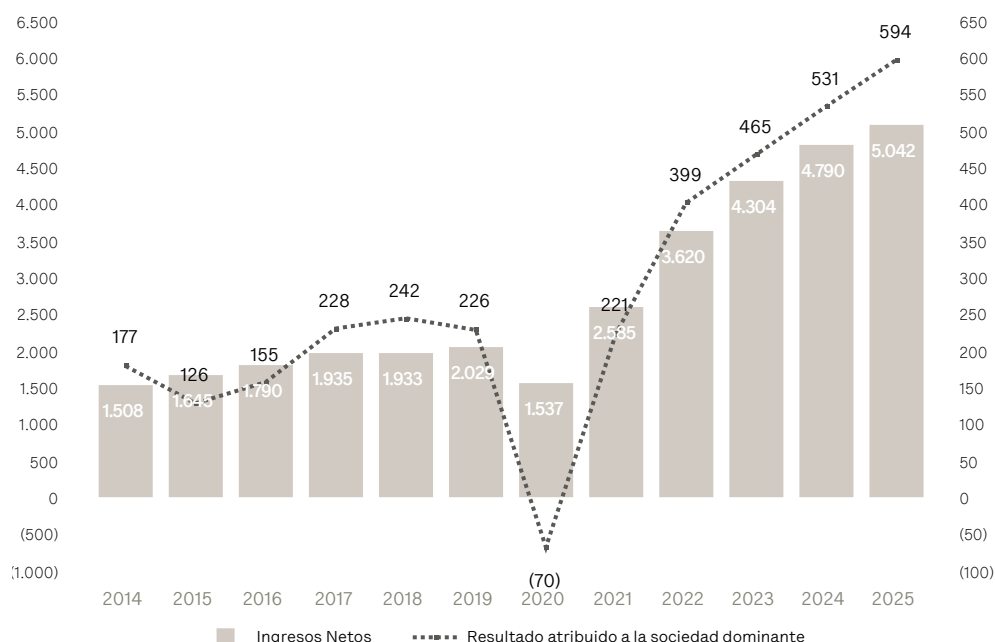
SBM-1

Ingresos Netos	5.042 M€	+5,3% En términos reportados	+7,8% LFL ⁵
EBITDA Ajustado	1.045 M€	20,7% Margen EBITDA Ajustado	
Resultado Ajustado atribuido a la sociedad dominante	587 M€	11,6% Margen de resultado ajustado	€1,04 Ganancia por acción ajustado ⁶
Resultado del ejercicio	594 M€	11,8% Margen de resultado	

Evolución histórica

(en M€)

Puig tiene una larga trayectoria de crecimiento rentable.

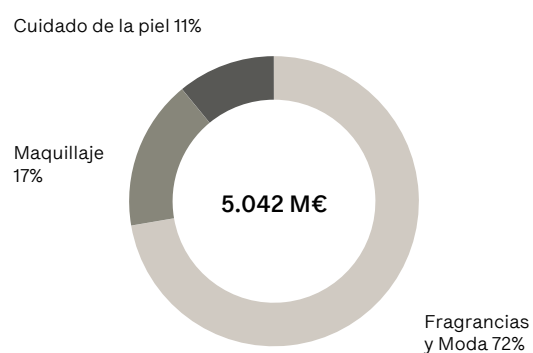


⁵ El crecimiento a perímetro y tipo de cambio constante (LFL) de los ingresos netos refleja el crecimiento orgánico ajustando los ingresos netos por el impacto de (i) los cambios en el alcance / perímetro y (ii) las fluctuaciones de los tipos de cambio.

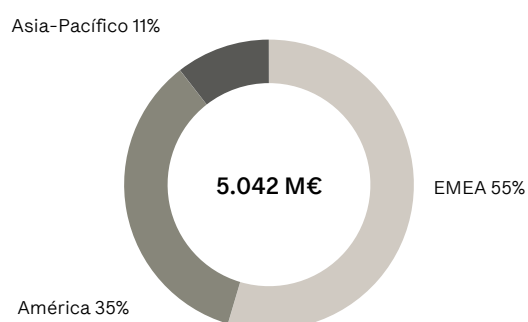
⁶ Ganancia por acción ajustado: Corresponde al Resultado ajustado atribuido a la Sociedad dominante dividido por el número total promedio de acciones en circulación del período, excluyendo las acciones en autocartera.

Diversificación

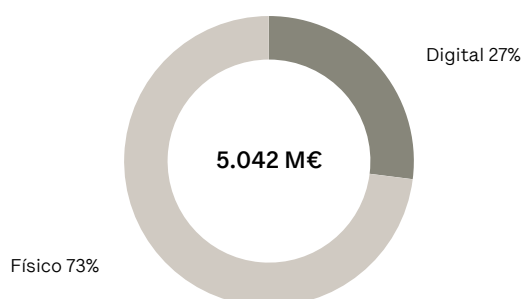
Ingresos netos por segmento de negocio (% sobre el total)



Ingresos netos por segmento geográfico (% sobre el total)⁷



Ingresos netos por canal (% sobre el total)⁸



⁷ Los totales no suman 100% debido al redondeo.

⁸ La descomposición de los ingresos netos por canal ha sido calculada en base a la información proporcionada por los retailers y distribuidores de Puig, junto con su propia información (estimación de la compañía sobre el mercado)

Las marcas **Puig** registraron un excelente resultado un año más

Puig registró unos sólidos resultados financieros en 2025, alcanzando unos ingresos netos de 5.042 M€, lo que representa un crecimiento like-for-like (LFL) del +7,8% y un crecimiento reportado del +5,3% respecto a 2024, superando al mercado de belleza premium, incluso en un entorno incierto y situándose además en la parte alta del rango previsto para 2025.

El crecimiento se moderó a lo largo del año, debido a comparativas más exigentes y a la normalización del crecimiento de la categoría de fragancias, si bien se mantuvo en niveles saludables y por encima del mercado. Las variaciones en los tipos de cambio tuvieron un impacto negativo del (2,6%) en el conjunto del año.

El diversificado y fuerte portfolio de marcas de **Puig** siguió impulsando un crecimiento sostenido a gran escala, consolidando su posición en la industria de la belleza premium, a la vez que mantiene altos márgenes de rentabilidad.

Top 5 marcas de Puig por ingresos netos en 2025



Indicadores Financieros

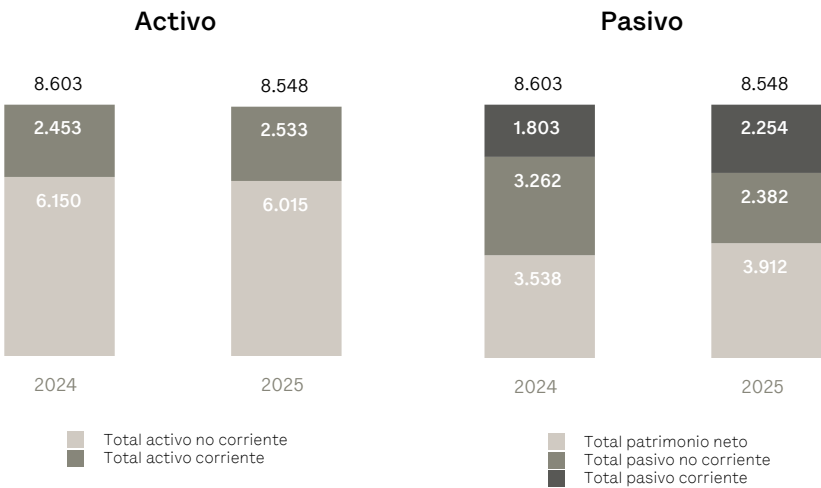
Cuenta de Resultados (en M€)

	2024	2025	24/ 25 crecimiento
Ingresos netos	4.790	5.042	+5,3%
Coste de ventas	(1.202)	(1.255)	+4,4%
Margen bruto de explotación	3.588	3.787	+5,5%
Margen bruto (%)	74,9%	75,1%	0,20 pp
Resultado operativo	759	812	+7,1%
Margen operativo (%)	15,8%	16,1%	0,30 pp
Beneficio antes de impuestos	693	820	+18,4%
Margen de beneficio antes de impuestos (%)	14,5%	16,3%	1,80 pp
Resultado atribuido a la sociedad dominante	531	594	+11,9%
Margen de beneficio neto (%)	11,1%	11,8%	0,70 pp
Resultado ajustado atribuido a la sociedad dominante	551	587	+6,5%
Margen de resultado ajustado atribuido a la sociedad dominante (%)	11,5%	11,6%	0,10 pp
EBITDA	823	1070	+30,1%
EBITDA ajustado	969	1045	+7,8%
Margen de EBITDA ajustado (%)	20,2%	20,7%	0,50 pp

(en M€)	2024	2025
EBITDA	823	1.070
Costes de restructuración (Nota 9)	0	0
Costes de transacción (Nota 9)	18	2
Costes de IPO (Nota 9)	119	0
Otros (Nota 9)	9	(27)
EBITDA ajustado	969	1.045

(en M€)	2024	2025
Resultado atribuido a la Sociedad Dominante	531	594
Otros ingresos y gastos de explotación (Nota 9)	147	(22)
Otros ingresos y gastos financieros (Nota 12)	(87)	(10)
Deterioro neto en Participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos (Nota 17)	0	7
Efectos fiscales	(37)	19
Intereses minoritarios sobre partidas ajustadas	(3)	0
Resultado ajustado atribuido a la Sociedad Dominante	551	587

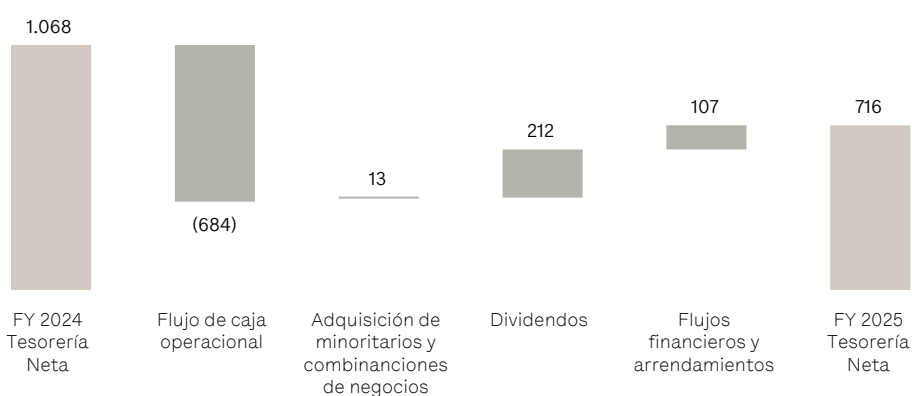
Balance de situación (M€)



Flujos de caja

(M€)	2024	2025
Resultado neto atribuido a la Sociedad dominante	531	594
Ajustes de flujo de caja	168	247
Partidas no recurrentes de flujo de caja	85	(20)
Cambios en el capital circulante	41	41
Flujo de caja operativo ajustado	825	862
CapEx	(191)	(198)
% Ingresos netos	4%	4%
Flujo de caja libre operativo	634	664
% EBITDA ajustado	65%	64%
Partidas no recurrentes de flujo de caja	(85)	20
Flujo de caja operacional	549	684

Evolución de la deuda neta (en M€)



Ratio de apalancamiento de 1,1x al cierre del 2024 y de 0,7x al cierre de 2025.

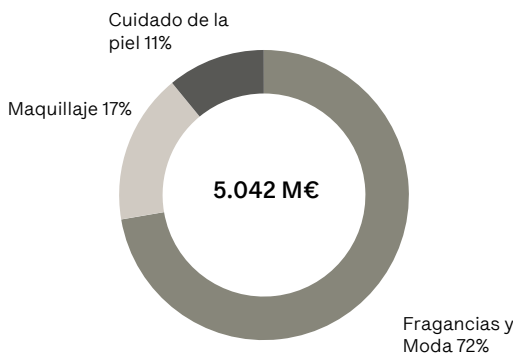
Segmentos de negocio

SBM-1

Puig estructura su actividad en tres segmentos de negocio: Fragancias y Moda, Maquillaje y Cuidado de la piel.

Cada marca mantiene su atención principal dentro de uno de los segmentos de negocio, pero varias han ampliado estratégicamente su presencia hacia nuevas categorías. Carolina Herrera, tradicionalmente reconocida por sus fragancias y su moda, lanzó en los últimos años su línea de maquillaje. Charlotte Tilbury, conocida por su experiencia en maquillaje y cuidado de la piel, se expandió a la categoría de fragancias en 2024, convirtiéndose en una marca *tri-axis*.

Ingresos netos por segmento de negocio (% sobre el total)



Distribución de segmentos de negocio por ingresos netos (M€)

	2024	2025	2024/2025 crecimiento	
			Reportado	LFL
Fragancias y Moda ⁹	3.513	3.646	+3,8%	+6,4%
Maquillaje	763	845	+10,7%	+13,7%
Cuidado de la piel	514	551	+7,3%	+8,9%

Fragancias y Moda

Fragancias y Moda sigue siendo el segmento de **Puig** más grande y de mayor rentabilidad, generando 3.646 M€ en ingresos netos, con un crecimiento Like-for-Like (LFL) del +6,4% (+3,8% en términos reportados) para el año. Este segmento de negocio representó el 72% de los ingresos netos de **Puig** del periodo.

La moda sigue siendo un impulsor clave de la industria de las fragancias, especialmente en la categoría premium, ya que la mayoría de las marcas de fragancias de alta gama se inspiran en marcas de moda. La base creativa e innovadora inherente a la moda refuerzan el valor de marca y fomenta la fidelización del consumidor dentro del segmento de fragancias. Si bien la Moda representa una proporción reducida de las ventas netas totales de **Puig**, desempeña un papel estratégico en la generación de deseo y en la expansión global de sus marcas.

⁹ El segmento de Moda representa menos del 5% de las ventas netas totales de Puig.

En 2025, **Puig** fortaleció su portfolio de moda a través de hitos creativos clave; Duran Lantink fue nombrado director creativo de Jean Paul Gaultier, lo que marcó un nuevo capítulo para la *Maison*. **Puig** también celebró la colección debut de moda masculina de Julian Klausner para Dries Van Noten, presentada en la Semana de la Moda de París el pasado mes de junio, que recibió comentarios positivos a nivel internacional y reforzó el impulso creativo de la marca.

En el mes de septiembre, **Puig** presentó en Madrid la colección Primavera-Verano 2026 de Carolina Herrera. Celebrado en la histórica Plaza Mayor, el desfile rindió homenaje al ritmo y los contrastes de la ciudad.

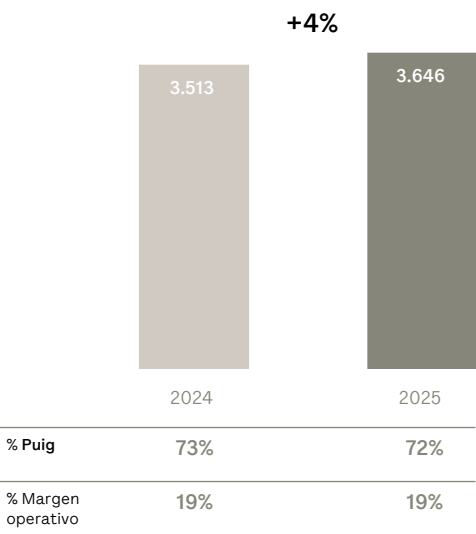
Puig estima que su cuota de mercado (VMS) en fragancias selectivas alcanzó el 11,1%¹⁰ a nivel global en 2025. Esta cuota refleja la capacidad de la compañía para defender su posición en un entorno altamente competitivo y promocional, especialmente dentro de su portfolio Prestige.

La evolución en el ejercicio 2025 estuvo respaldada por los destacados resultados de Carolina Herrera, incluyendo el lanzamiento de La Bomba, y de Jean Paul Gaultier. Resultados complementados con un crecimiento de doble dígito en el portfolio de Niche, liderado por Byredo. El portfolio mantuvo su enfoque basado en lanzamiento de colecciones, entre ellos la gama *Absolu* y *Night Veils Reimagined* de Byredo.

Las marcas de **Puig** continúan ocupando tres de las diez primeras posiciones entre las fragancias globales: Rabanne en el puesto n.º 5, Carolina Herrera en el n.º 6 y Jean Paul Gaultier en el n.º 9.¹¹

El margen operativo del segmento de Fragancias y Moda fue del 18,7%, lo que supone una disminución de (55) puntos básicos respecto a 2024. Esta evolución refleja un nivel ligeramente superior de inversión continuada en publicidad y promoción (A&P) para apoyar el crecimiento en un mercado que se está normalizando, así como la expansión sostenida del segmento Niche.

Ingresos netos Fragancias y Moda (M€)



¹⁰ Cuota de mercado en fragancias selectivas según fuentes de la industria, últimos datos disponibles.
¹¹Rankings de marcas y franquicias según estimaciones de **Puig**; fuentes de la industria de la compañía, datos más recientes disponibles.

Principales lanzamientos de las marcas de fragancias de **Puig** en 2025

Carolina Herrera	La Bomba Very Good Girl Elixir Bad Boy Elixir 212 VIP Men Elixir
Charlotte Tilbury	Star Confidence (Collection of Emotions)
Jean Paul Gaultier	Le Male Elixir Absolu Gaultier Divine Elixir Scandal pour Homme Intense Scandal Intense
Nina Ricci	Vénus EDP Intense Nina Rouge Crush
Rabanne	Million Gold Elixir Million Gold for Her Le Parfum Invictus Victory Absolu Olympéa Absolu Phantom Elixir
Byredo	Absolu Collection: Blanche, Bal d’Afrique y Rose of No Man’s Land Alto Astral
Dries Van Noten	Havana Gold
L'Artisan Parfumeur	Cérémonie de l'encens Relanzamiento de la colección Bath & Body y Home
Penhaligon's	The Fortuitous Finley The Cut
Adolfo Domínguez	Colección ADN
Banderas	The Icon Supreme para Hombre y Mujer Her Secret Pink Absolu

Maquillaje

El segmento de negocio de Maquillaje de **Puig** está compuesto principalmente por la marca Charlotte Tilbury, con participaciones menores en marcas de maquillaje como Carolina Herrera, Rabanne, Dries Van Noten, Byredo y Christian Louboutin Beauté.

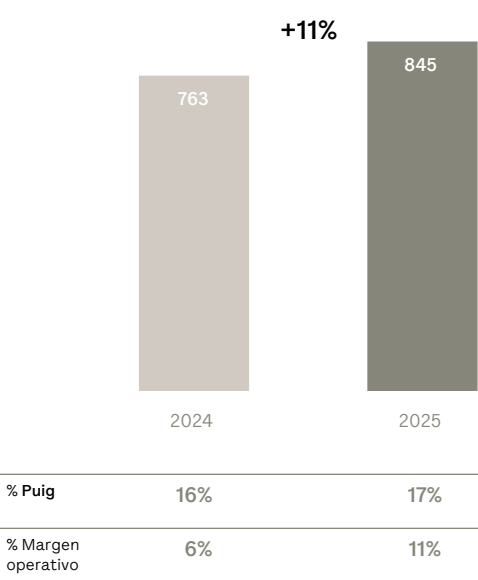
Maquillaje representa el 17% de los ingresos netos de **Puig** en 2025 y generó €845 de ingresos netos, lo que refleja un crecimiento LFL del +13,7% (+10,7% en términos reportados) en el conjunto del año.

El mayor contribuyente dentro del segmento de Maquillaje, Charlotte Tilbury, registró un desempeño excepcional en comparación con 2024. El crecimiento en 2025 estuvo respaldado por un destacado *pipeline* de innovaciones, complementado por avances en distribución a través de Amazon en Estados Unidos y la entrada en un nuevo mercado, México. Este sólido resultado se vio además reforzado por activaciones estratégicas de marca en la región de APAC.

Entre los lanzamientos destacados de maquillaje de Charlotte Tilbury en 2025 destacan Airbrush Flawless Foundation y Setting Spray Matte, la colección Super nudes y la ampliación de la exitosa franquicia Unreal. La marca mantuvo su posición como n.º 1 en maquillaje prestige en el Reino Unido y n.º 3 en maquillaje prestige en Estados Unidos.¹²

El margen operativo del segmento de negocio de Maquillaje aumentó hasta un 11,4% en 2025, una mejora de 564 puntos básicos en comparación con el 2024. Este resultado refleja el sólido desempeño de Charlotte Tilbury, impulsado en parte por la incorporación progresiva de la marca en Amazon en Estados Unidos. Las iniciativas de menor tamaño en Maquillaje continúan priorizando inversiones con un mayor enfoque en la rentabilidad. La rentabilidad en 2024 en este segmento también se vio afectada negativamente por eventos no recurrentes que redujeron el margen.

Ingresos netos de Maquillaje (M€)



Principales lanzamientos de las marcas de maquillaje de Puig en 2025

Carolina Herrera	Nude Couture Foundation Chick Eyeshadow Stick Fabulous Kiss Lip Liner
Charlotte Tilbury	Airbrush Flawless Foundation Airbrush Flawless Setting Spray Matte Super nudes Lip Cheat Contour Duo Unreal Blush Unreal Lip Oil
Rabanne	Rockstar mascara Don't be shy handbag palette V.I.P. Glow- Crema Hidratante iluminadora efecto primer

¹² Charlotte Tilbury rankings, fuente:Circana

Cuidado de la piel

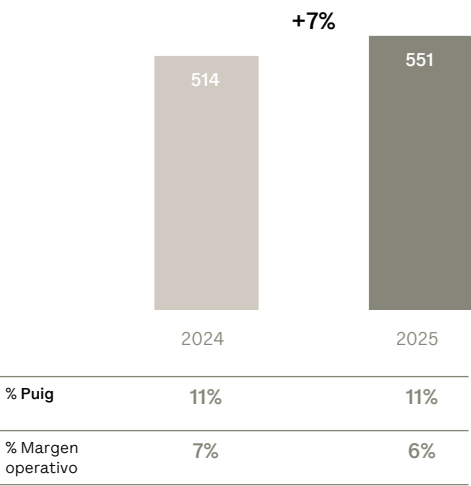
El Cuidado de la piel sigue siendo el segmento de negocio más pequeño de **Puig**, y representa el 11% de los ingresos netos totales, pero su alcance abarca una amplia y diversa base de clientes en múltiples mercados gracias a un portfolio diversificado de marcas: Dermo-Cosmetics con Uriage y Apivita, Skincare Wellness con Kama Ayurveda y Loto del Sur, la categoría Prestige con Charlotte Tilbury y, más recientemente, la categoría Niche con la adquisición de Dr. Barbara Sturm a comienzos de 2024.

El segmento de negocio de Cuidado de la piel alcanzó los 551 M€, lo que representa un crecimiento Like-for-Like (LFL) del +8,9% (+7,3% en términos reportados).

El desempeño en 2025 se vio beneficiado por el crecimiento de doble dígito de Uriage, complementado por Charlotte Tilbury. El rendimiento de Uriage se vio impulsado por el crecimiento sostenido de sus emblemáticas líneas Xemose y Age Absolu, junto a los lanzamientos de 2025, Bariésun Invisible stick SPF 50+ y el sérum Roséliane.

El margen operativo del segmento de Cuidado de la piel se redujo hasta el 6,0%, lo que supone una disminución de (125) puntos básicos en comparación con 2024. La rentabilidad se vio afectada por la inversión continuada y los costes de integración relacionados con Dr. Barbara Sturm y otras marcas de cuidado de la piel de menor escala.

Ingresos netos de Cuidado de la piel (M€)



Principales lanzamientos de las marcas de Cuidado de la piel de Puig en 2025

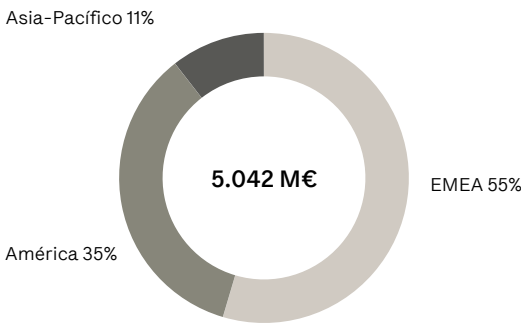
Apivita	Sun Daily Age Repair SPF50 My Beeloved Body Oil Champú Hyaluronic Hydra Sérum Hydra Repair HA5 Línea Royal Jelly Elixir
Charlotte Tilbury	Dark Spots Correcting Radiance Recovery Serum
Dr. Barbara Sturm	Ceramide drops Exoso-metic collection
Kama Ayurveda	Vanasara Masks (Brightening, Hydrating and Purifying) Vanasara Ashwaganda Essence Bringaras Hair Serum and Scalp Scrub Ashwaras Leave-in oil and Body Cream
Loto del Sur	Crema Facial Hibiscus & Pracaxi Vela Artesanal Exlibris IV Mermelada Exfoliante Corporal Sal de Manaure, Coco & Limonaria Crema de Manos Altea & Camelia Aceite seco Revitalizante Corozo & Schinus Molle
Uriage	Protector Solar Bariésun SPF50+ Invisible y Mineral en Stick Protector Solar Bariésun SPF50+ Eau Solaire Sérum Roséliane Sérum Age Absolu Sérum Hyseac

Segmentos geográficos

SBM-1

La actividad de **Puig** se organiza en tres segmentos geográficos: EMEA (Europa, Oriente Medio y África), América y Asia-Pacífico.

Ingresos netos por segmento geográfico (% sobre el total)¹³



Distribución de segmentos geográficos por ingresos netos (M€)

	2024	2025	2024/2025 crecimiento	
			Reportado	LFL
EMEA	2.620	2.752	+5,0%	+5,5%
América	1.715	1.760	+2,6%	+7,7%
Asia-Pacífico	455	530	+16,6%	+21,7%

EMEA sigue siendo el mayor mercado de **Puig** y representa el 55% de los ingresos netos en el ejercicio fiscal 2025, con 2.752 M€, un crecimiento LFL del +5,5% (+5,0% en términos reportados) para el año.

Como cuna de nacimiento de muchas de las marcas de **Puig**, Europa sigue siendo un mercado estratégico. Reino Unido, España, Francia y Alemania continúan situándose entre los diez principales mercados de **Puig**.

En 2025, **Puig** mantuvo unos resultados estables en Fragancias en la región, a pesar de un contexto de mercado más moderado. Además, la compañía reforzó su negocio de Maquillaje y Cuidado de la piel, que mostraron un fuerte crecimiento en la región.

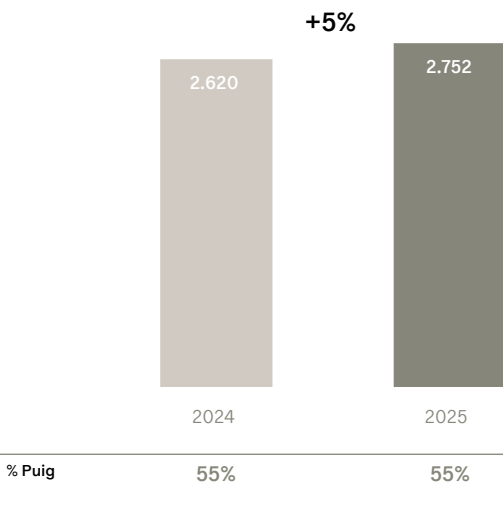
La marca más importante dentro del segmento de negocio de Maquillaje, Charlotte Tilbury, mantuvo su posición n.º 1 en el mercado de maquillaje prestige en el Reino Unido y también vio su posición fortalecida en otras partes de la región.¹⁴

En Oriente Medio, **Puig** experimentó un crecimiento fuerte y continuado de las fragancias de la categoría Niche.

¹³ Los totales no suman 100% debido al redondeo.

¹⁴ Charlotte Tilbury rankings, fuente: Circana

Ingresos netos en EMEA (M€)



América

La región de América generó en 2025 unos ingresos netos de 1.760 M€, lo que representa un crecimiento Like-for-Like (LFL) del +7,7% (+2,6% en términos reportados) en comparación con el mismo periodo de 2024. La región contabiliza el 35% de los ingresos netos totales de **Puig**, impulsada por sus tres mercados clave: Estados Unidos, Brasil y México. Estos tres mercados figuran entre los diez mayores mercados de la compañía a nivel mundial.

A lo largo del ejercicio 2025, la evolución del tipo de cambio afectó negativamente al desempeño de este segmento, principalmente debido al dólar estadounidense, pero también a las divisas de mercados emergentes de Latinoamérica. El ajuste por hiperinflación del peso argentino tuvo un impacto del (1,1%) en el crecimiento LFL.

En el ejercicio 2025 el crecimiento fue generalizado entre categorías y se vio además reforzado por el lanzamiento de Charlotte Tilbury en Amazon en Estados Unidos.

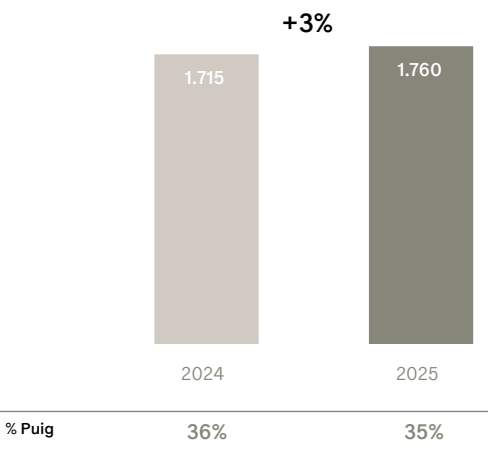
En el continente americano, Estados Unidos es el mercado que más ingresos netos aporta a **Puig** y donde la compañía experimentó un crecimiento saludable en 2025. Las Fragancias siguen siendo el mayor segmento de negocio en la región.

Charlotte Tilbury mantuvo su posición como la marca n.º 3 de maquillaje prestige en Estados Unidos, en línea con 2024.¹⁵

En Latinoamérica, las fragancias siguieron siendo el mayor segmento de negocio, con Brasil, México y Chile como los principales mercados por ingresos netos. **Puig** continuó manteniendo su posición de liderazgo en la región, aunque el mercado sigue experimentando una competencia creciente en estas geografías. En 2025 también se produjo el lanzamiento de Charlotte Tilbury en México.

¹⁵ Charlotte Tilbury rankings, fuente: Circana

Ingresos netos totales en América (M€)



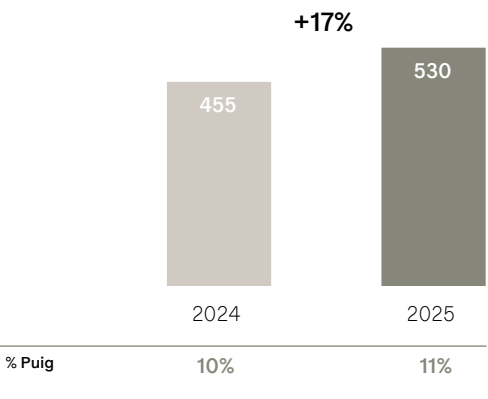
Asia-Pacífico

Asia-Pacífico, la región más pequeña de **Puig** en ingresos (con el 11% de los ingresos netos), continúa siendo un foco de atención estratégico para **Puig**. En 2025, los ingresos netos crecieron 530 M€ o el equivalente a un crecimiento LFL de +21,7% (+16,6% en términos reportados).

El sólido rendimiento regional de **Puig** estuvo impulsado principalmente por la categoría de Fragancias, liderada por el continuo crecimiento del segmento Niche, junto con Charlotte Tilbury, que se benefició de la fuerte tracción de nuevos lanzamientos y activaciones de marca, especialmente en China y Australia.

Además, **Puig** se benefició de la incorporación de sus filiales en Corea, Japón e India, al atravesar el negocio un periodo de comparativas más favorables. Integrar estas filiales nos acerca a los ecosistemas locales de cada mercado y fortalece nuestra capacidad para dirigir nuestras marcas y operaciones con el matiz y el entendimiento local que la región exige.

Ingresos netos en Asia-Pacífico (M€)



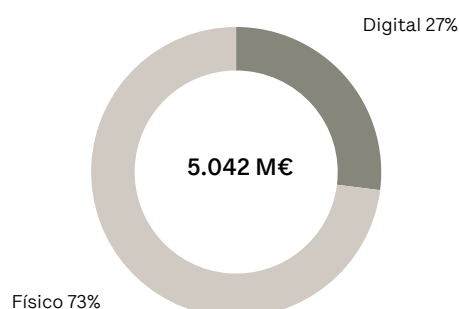
Canales

SBM-3

Los productos de **Puig** llegan al consumidor final a través de puntos de venta físicos o digitales (propios o de distribuidores). En 2025, la mayoría de las ventas se siguieron realizando a través de canales físicos. También hubo un crecimiento continuo en la presencia digital de las marcas de **Puig** gracias a sus propios canales de comercio electrónico.

En 2025, **Puig** aceleró sus esfuerzos de venta directa al consumidor (DTC). Estos canales, que incluyen tanto tiendas físicas como los sitios web de sus propias marcas, representaron el 12% de los ingresos netos totales de la compañía.

Ingresos netos por canal (% sobre el total)

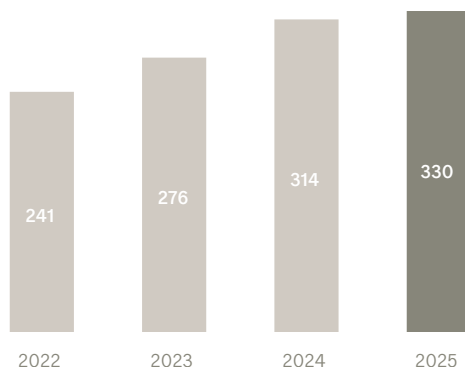


Físico

La compañía estima que el 73%¹⁶ de sus ingresos netos corresponden a el canal físico. En este canal, **Puig** vende sus productos a través de grandes almacenes, *retailers* seleccionados, farmacias, parafarmacias, *travel retail* y tiendas propias.

En 2025, **Puig** continuó fortaleciendo su red de ventas directas al consumidor (DTC), lo que se tradujo en un incremento neto de 16 tiendas propias respecto al ejercicio anterior. Este crecimiento estuvo impulsado principalmente por las marcas Niche, como Byredo, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur y Dries Van Noten.

Número de tiendas propias de **Puig**



¹⁶ La descomposición de las ventas netas por canal ha sido calculada en base a la información proporcionada por nuestros *retailers* y distribuidores, junto con nuestra propia información de "Estimación de la compañía sobre el mercado".

Con su alcance global, el canal de *travel retail* sigue siendo una plataforma estratégica para la construcción de marca y la captación de clientes. Este canal contribuye al 10% de los ingresos totales de **Puig**, y continúa creciendo gracias al compromiso de la compañía por elevar la experiencia del viajero. Este año, Carolina Herrera desempeñó un papel clave en este éxito. Al mismo tiempo, la categoría Niche y Charlotte Tilbury aceleraron su expansión, reforzando aún más su presencia mediante un número creciente de puntos de venta y ampliándose dentro de su huella existente.

Digital

Puig tiene presencia digital a través de tres canales: las plataformas de comercio electrónico propias de las marcas, los distribuidores con tiendas físicas que también venden online y los distribuidores con venta exclusiva online (*e-tailers*) de belleza con ventas exclusivamente digital. **Puig** estima que los ingresos netos digitales representan el 27%¹⁷ del total, frente al 26% en 2024. 2025 también marcó la entrada de las marcas de **Puig** en Amazon con el lanzamiento de Charlotte Tilbury en la plataforma en Estados Unidos durante el tercer trimestre.

Las marcas aplican al canal digital la misma estrategia One Brand, unificándola con la del canal físico en un portal global que proporciona una experiencia de compra completa, inmersiva y personalizada al consumidor.

¹⁷ La descomposición de las ventas netas por canal ha sido calculada en base a la información proporcionada por nuestros *retailers* y distribuidores, junto con nuestra propia información de “Estimación de la compañía sobre el mercado”.

Rendimiento de Puig por trimestre

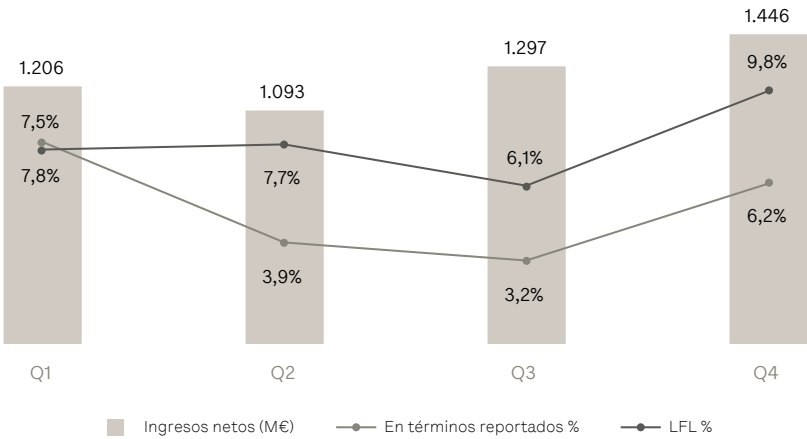
La tabla siguiente es un resumen del rendimiento de las marcas de Puig por trimestre.

Ingresos netos por trimestre (M€)

	2025			
	Q1	Q2	Q3	Q4
Fragancias y Moda	896,4	788,3	932,4	1.029,0
Maquillaje	165,3	173,8	230,0	275,6
Cuidado de la piel	144,2	131,3	134,5	141,2

	2025			
	Q1	Q2	Q3	Q4
EMEA	643,8	555,0	699,3	853,9
América	451,0	416,0	463,7	428,9
Asia-Pacífico	111,1	122,5	133,9	162,9

Evolución de ingresos netos por trimestre en 2025



1.5

Análisis de materialidad

Análisis de doble materialidad y sostenibilidad

Cuestiones de sostenibilidad relacionadas con la estrategia

SBM-1

En **Puig**, la sostenibilidad está integrada en la visión general de la compañía, no restringida a unos productos o unidades de negocio específicos. Este enfoque transversal asegura su integración sistemática en todo el conjunto de la organización, guiando la toma de decisiones alineadas con la estrategia a largo plazo y los valores corporativos.

Las líneas estratégicas esenciales en relación con la sostenibilidad incluyen:

- El desarrollo de productos que promuevan la circularidad en todos sus aspectos, respondiendo a las nuevas demandas de los consumidores.
- La descarbonización de la cadena de suministro.
- La protección y la recuperación de la naturaleza.
- La supervisión de la cadena de valor para garantizar el cumplimiento de los criterios ESG.
- El fomento de una cultura alineada con la sostenibilidad.
- La optimización de la gestión del agua, reconociendo su papel crucial tanto en los procesos industriales como en su calidad de ingrediente esencial de una parte del portfolio de **Puig**.

Puig obtiene materias primas como aceites esenciales, alcoholes y productos químicos especializados de proveedores globales. La calidad y la sostenibilidad se garantizan mediante evaluaciones de los proveedores y colaboraciones con ellos. El abastecimiento se garantiza mediante acuerdos a largo plazo que enfatizan la obtención ética y la innovación, con un enfoque en la reducción del impacto ambiental y la alineación con los objetivos ESG.

La producción incluye productos de belleza premium en los segmentos de negocio de Fragancias, Maquillaje y Cuidado de la piel, que ofrecen calidad e innovación. Los resultados benefician a los clientes a través de experiencias mejoradas, a los inversores mediante un crecimiento sostenido y a los grupos de interés con el fortalecimiento de los compromisos ESG, alineándose con los objetivos de sostenibilidad y fomentando la creación de valor a largo plazo en toda la cadena de valor.

Puig se posiciona como un integrador de su cadena de valor, garantizando calidad e innovación en cada etapa. La cadena de valor *upstream* abarca la obtención de materias primas como aceites esenciales y alcoholes a través de proveedores globales, con un énfasis especial en la sostenibilidad. La cadena de valor *downstream* abarca producción, distribución y canales de tiendas *retail* y comercio electrónico, para hacer llegar productos de belleza premium a clientes de todo el mundo.

La estrategia y los objetivos de **Puig** en relación con el cambio climático se reflejan en la Agenda ESG 2030. Los objetivos establecidos en esta Agenda permiten a **Puig** controlar los riesgos y maximizar las oportunidades identificadas a través del ejercicio de evaluación de los riesgos y oportunidades, así como crear valor para la sociedad y el planeta.

Intereses y opiniones de los grupos de interés

SBM-2

La compañía asigna un presupuesto específico a financiar iniciativas en apoyo de estos objetivos, que se revisa anualmente según los avances conseguidos en cada objetivo de la Agenda ESG 2030 para garantizar que la planificación financiera se mantenga alineada con la consecución de los objetivos.

Los principales grupos de interés de **Puig** incluyen a los empleados y los proveedores, clientes, inversores, comunidades locales, ONG, agencias medioambientales y autoridades públicas. Para los fines de este análisis, no se han tenido en cuenta subgrupos dentro de estas categorías de grupos de interés.

Para alinearse con las tendencias globales, **Puig** ha establecido un proceso estructurado de participación de los grupos de interés destinado a identificar y abordar los intereses de los diversos grupos. Con esta participación se aspira a comprender los puntos de vista sobre impactos, riesgos y oportunidades que plantean las cuestiones de sostenibilidad, asegurando la alineación con los objetivos de ESG, la mejora de la toma de decisiones y el fomento de la colaboración con el fin de impulsar la creación de valor sostenible en el modelo de negocio y la cadena de valor.

La participación de los grupos de interés se consigue periódicamente a través de mecanismos personalizados como encuestas, talleres y consultas directas, entre otros. La información obtenida se integra en la estrategia de negocio y las evaluaciones de materialidad, lo que asegura que la toma de decisiones refleje efectivamente los puntos de vista de los grupos de interés.

Los resultados de esta participación de los grupos de interés de **Puig** se integran en la evaluación de materialidad y en las estrategias de sostenibilidad, influyendo directamente en las decisiones de negocio, las prioridades ESG y los ajustes operativos para abordar los impactos, riesgos y oportunidades identificados. De este modo, se refuerza la alineación con las expectativas de los grupos de interés y con los objetivos corporativos.

Varios años atrás, **Puig** revisó su estrategia con el fin de priorizar la sostenibilidad integrando los objetivos ESG, reforzando la transparencia de la cadena de suministro, promoviendo unos productos sostenibles y alineando las operaciones con los objetivos net-zero, además de integrar los comentarios de los grupos de interés en la toma de decisiones.

En los próximos años, **Puig** tiene previsto reforzar la sostenibilidad a lo largo de su cadena de valor y mejorar los procesos de participación de los grupos de interés, actualizando la Agenda ESG 2030 de **Puig** en consonancia.

Los órganos administrativos, de gestión y de supervisión de **Puig** reciben periódicamente información actualizada sobre los puntos de vista de los grupos de interés, recopilada a través de las evaluaciones de materialidad, los comentarios de los empleados y las evaluaciones de los proveedores, entre otros mecanismos implementados para tal fin.

IROs materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio

SBM-3

La evaluación de materialidad de **Puig** identificó los principales impactos materiales del conjunto de su modelo de negocio, la cadena de valor *upstream* y *downstream*, y sus operaciones, estrechamente vinculados con los objetivos de sostenibilidad.

En 2025, la compañía revisó y rectificó el texto referido a sus IROs materiales identificados en el análisis de doble materialidad del año anterior, para reflejar mejor el contexto y el estilo propio de **Puig**.

Durante este proceso, se identificaron y se consolidaron cinco impactos, riesgos y oportunidades duplicados (ya cubiertos por otros), lo que dio lugar a una lista rectificada de 33 IROs materiales.

Los IROs materiales medioambientales incluyen la contribución al cambio climático a través de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) generadas en toda la cadena de valor, las operaciones en zonas afectadas por sequías, la escasez de materias primas debido a la pérdida de biodiversidad y el incremento de la presión reglamentaria. Las crecientes expectativas de los consumidores en cuanto a productos sostenibles requerirán ajustes operativos importantes.

Los IROs de dimensión social tienen en cuenta la salud y seguridad de los empleados, las condiciones laborales y la igualdad. También se centran en asegurar unas prácticas laborales justas en toda la cadena de valor, abordando problemas clave como la seguridad de los trabajadores, los salarios justos, la prevención del trabajo forzado y del trabajo infantil en las redes de los proveedores y los riesgos reputacionales vinculados con las prácticas laborales. La seguridad de los consumidores también se prioriza mediante un etiquetado preciso de los productos y el uso responsable de sustancias químicas, con el fin de proteger el bienestar del usuario final.

Los impactos, riesgos y oportunidades materiales de gobernanza abordan aspectos como la corrupción, el soborno y el cumplimiento legal y normativo.

Para responder a todo ello, **Puig** ha reforzado su estrategia de sostenibilidad integrando los principios ESG en sus operaciones y la cadena de valor, invirtiendo en energía renovable, abasteciéndose de materias primas sostenibles y desarrollando productos ecológicos. Esto incluye mejorar la transparencia de la cadena de valor y poner énfasis en el abastecimiento ético para mitigar riesgos como el trabajo forzado y la pérdida de biodiversidad.

Además, **Puig** prevé alinear el desarrollo de productos y las operaciones con los objetivos net-zero e incorporar la información de los grupos de interés para reforzar la toma de decisiones. Las inversiones en innovación y tecnología mejorarán la eficiencia, reducirán los impactos medioambientales y respaldarán un modelo de negocio resiliente, centrándose en crear valor a largo plazo.

Los impactos materiales negativos que afectan a las personas o al medioambiente pueden incluir la contribución al cambio climático, el impacto en los ecosistemas, la biodiversidad y las comunidades, la presión sobre la disponibilidad de recursos naturales y las condiciones laborales en la cadena de valor.

Por el contrario, los impactos positivos para las personas y el medioambiente incluyen el progreso de la innovación sostenible que reduzca los daños medioambientales, la implementación de prácticas laborales inclusivas y el desarrollo de productos ecológicos.

Los impactos materiales de **Puig** están estrechamente ligados a su estrategia y su modelo de negocio, determinados por cadenas de suministro globales, innovación en productos premium e integración de los aspectos ESG. Los impactos medioambientales, como las emisiones de GEI y el consumo de recursos, derivan de la producción y la logística,

mientras que los impactos sociales surgen de las prácticas laborales y las interacciones de los consumidores dentro de la cadena de valor.

Los IROs materiales se evalúan en tres horizontes temporales: IROs a corto plazo relacionados con el uso de recursos operativos y las prácticas laborales; impactos, riesgos y oportunidades a medio plazo derivados de cambios normativos y la demanda de productos sostenibles, e impactos, riesgos y oportunidades a largo plazo influenciados por el cambio climático y la degradación de los ecosistemas, que afectan a las cadenas de suministro y la continuidad del negocio.

Estos impactos abarcan desde el abastecimiento de materias primas, como aceites esenciales y alcoholes, hasta los procesos de fabricación en instalaciones propias y de terceros, así como la logística global. Las relaciones comerciales con proveedores, especialmente en regiones de alto riesgo, y los canales de distribución *downstream* impactan las prácticas laborales, el uso de recursos y las emisiones de GEI.

Todos los IROs de **Puig** están alineados con los requisitos de divulgación de las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (NEIS).

Los siguientes IROs han sido identificados como inherentes a la industria y materiales para **Puig**.

Tema / subtema NEIS	IROs materiales y ubicación en la cadena de valor		
	Actividad <i>upstream</i>	Operaciones propias	Actividad <i>downstream</i>
E1 Cambio climático			
Adaptación al cambio climático	I+ R	I+	
Mitigación del cambio climático	I- I+	I+ O	I- I+
Energía	I- R	R O	I- R
E2 Contaminación			
Contaminación del aire		R O	
Sustancias preocupantes		R	
E3 Recursos hídricos y marinos			
Extracción de agua		I- R	
E4 Biodiversidad y ecosistemas			
Explotación directa	I-		
Cambio d el uso de aguas dulces	I- R		
Incidencias sobre los servicios ecosistémicos y dependencias de estos servicios	R		
Incidencias sobre la extensión y el estado de los ecosistemas	I-		
Cambio en el uso de la tierra	I- R		
Cambio del uso del mar	I- R		
Materialidad del impacto: Materialidad financiera: I+ Positiva I- Negativa O Oportunidad R Riesgo			

Tema / subtema NEIS	IROs materiales y ubicación en la cadena de valor		
	Actividad upstream	Operaciones propias	Actividad downstream
E5 Uso de los recursos y economía circular			
Salidas de recursos relacionadas con productos y servicios		O	O
Residuos			O
G1 Conducta empresarial			
Cultura corporativa		R	
Casos	R		
Gestión de relaciones con proveedores incluidas prácticas de pago	R		
Prevención y detección, incluida la formación	R		
Protección de los denunciantes		R	
S1 Personal propio			
Salarios adecuados		I-	
Diversidad		O	
Empleo e inclusión de personas con discapacidad		O	
Igualdad de género e Igualdad de remuneración por un trabajo de igual valor		O	
Seguridad y salud		I- R	
Empleo seguro		I-	
Formación y desarrollo de capacidades		I+	
Conciliación laboral		I+	
Tiempo de trabajo		I-	
S2 Trabajadores de la cadena de valor			
Salarios adecuados	R		
Trabajo infantil	I- R		
Trabajo forzoso	I- R		
Igualdad de género e Igualdad de remuneración por un trabajo de igual valor	R		
Salud y seguridad	I- R		
Tiempo de trabajo	R		
S4 Consumidores y usuarios finales			
Acceso a la información (de calidad)			I- R
Acceso a productos y servicios			I+ O
Salud y seguridad			I-
Prácticas de marketing responsables			I- I+ R
Materialidad del impacto: I+ Positiva I- Negativa O Oportunidad R Riesgo Materialidad financiera:			

Gestión de los impactos, riesgos y oportunidades

IRO-1

Descripción del proceso para identificar y evaluar los IRO materiales

Puig llevó a cabo un análisis de doble materialidad integral en 2024 con el objetivo de alinear su informe con los requisitos de la Directiva sobre Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD) y las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (NEIS).

Este proceso busca identificar, evaluar, priorizar y monitorear tanto los impactos potenciales y reales en las personas y el medioambiente como los riesgos y oportunidades que podrían ser relevantes desde un punto de vista financiero. Sigue un enfoque estructurado en cuatro fases (Comprensión, Identificación, Evaluación y Definición), alineado con los marcos internos de gestión de riesgos de **Puig** y e informado por actividades, relaciones comerciales, geografías y otros factores que pueden incrementar el riesgo de impactos adversos.

El proceso de toma de decisiones de **Puig** se detalla en la sección Gobierno corporativo. Actualmente, el proceso de identificación, evaluación y gestión de los impactos, riesgos y oportunidades no está integrado plenamente en el proceso general de la gestión de riesgos. **Puig** prevé alcanzar esta integración en el futuro. La integración de este proceso dentro del proceso más amplio de gestión se formaliza a través de la Comisión de sostenibilidad y responsabilidad social. Véase Gobierno corporativo, Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración.

Los resultados y la información de evaluaciones de materialidad anteriores realizadas por **Puig** se tuvieron en cuenta en la fase de Comprensión del proceso actual, aunque la metodología difiere sustancialmente. Estas diferencias reflejan los esfuerzos de **Puig** de cumplir con la Directiva sobre Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD) y alinearse con la Guía de implementación del análisis de materialidad IG1 y la Guía de implementación de la cadena de valor IG2 del Grupo Consultivo Europeo en materia de Información Financiera (EFRAG). El análisis se revisará anualmente.

Las fases del proceso se detallan a continuación.

Comprensión

El objetivo de esta fase consistió en desarrollar un punto de vista holístico de las operaciones, los productos, los servicios, las relaciones comerciales, el contexto de sostenibilidad y los grupos de interés de **Puig**, alineado con los requisitos de la CSRD. Esto se alcanzó a través de un análisis comparativo que revisó los desarrollos normativos y las fijaciones de estándares de ESG, así como información de dominio público de los líderes de opinión y los principales competidores del sector.

Además, se mapeó toda la cadena de valor de **Puig**, abarcando las fases de actividad *upstream*, operaciones propias y actividad *downstream*. El transporte y la logística se evaluaron a nivel de la compañía, mientras que las operaciones *downstream* se mapearon para todo el perímetro de **Puig**.

El análisis comparativo y el mapeo de la cadena de valor permitieron obtener una comprensión detallada de las entidades que caen dentro del perímetro de la información que hay que presentar, establecer el alcance de la evaluación y respaldar la identificación de los IROs de sostenibilidad. Para ajustar aún más la comprensión del contexto y los impactos potenciales de **Puig**, se identificaron todos los grupos de interés internos y

externos pertinentes, junto con sus respectivos expertos internos. Este paso mejora la comprensión de las relaciones de los grupos de interés de Puig y es esencial para las fases siguientes del proceso.

Identificación

Esta fase estaba dirigida a identificar los impactos reales y potenciales de Puig en relación con la sostenibilidad (tanto positivos como negativos), así como sus dependencias, y a identificar los riesgos y oportunidades asociados con todos ellos. Implicó una investigación exhaustiva y la revisión de fuentes internas y externas, como las normas del sector de GRI y SASB, publicaciones sectoriales, las directrices para producción del UNEP FI y otras herramientas de apoyo del análisis de doble materialidad.

Cada uno de los IROs relevantes identificados para Puig se caracterizó con distintos atributos, incluyendo la parte o partes de la cadena de valor en las que se manifiesta cada impacto, riesgo y oportunidad, con el objetivo de reajustar su alcance y asegurar una evaluación precisa. Los impactos se clasificaron como positivos, negativos, reales y potenciales.

Esto dio lugar a una lista preliminar de 113 impactos, riesgos y oportunidades.

Evaluación

En esta fase, el enfoque consistió en puntuar los IROs determinados anteriormente. El primer paso implicó definir una metodología de evaluación tanto para la materialidad del impacto como para la materialidad financiera, basada en las metodologías de evaluación de riesgos actuales de Puig. Esta metodología de evaluación fue definida y validada por los grupos de interés pertinentes dentro de Puig, actuando como representantes indirectos de grupos de interés externos. Se basó en los criterios siguientes para la materialidad del impacto y la materialidad financiera:

- **Materialidad del impacto:** La importancia de un impacto se determina por su severidad, probabilidad y horizonte temporal. La severidad de un impacto negativo se mide en función de su alcance, escala e irreversibilidad. La severidad de un impacto positivo se mide en función de su alcance y escala. Si un impacto negativo está relacionado con los derechos humanos, la probabilidad se determina teniendo en cuenta el resultado de la severidad del impacto.
- **Materialidad financiera:** La importancia de un riesgo u oportunidad se determina por su magnitud, probabilidad y horizonte temporal. Los parámetros incluidos en la evaluación de la “magnitud” de un riesgo u oportunidad potencial se determinaron haciendo referencia a las metodologías de riesgo existentes en Puig.

Cada impacto, riesgo y oportunidad fue asignado a un experto interno de cada una de las tres unidades de negocio y del área corporativa. Posteriormente, cada IRO fue evaluado por su responsable correspondiente y las distintas puntuaciones fueron agregadas para obtener el resultado final por impacto, riesgo y oportunidad.

Definición

Esta fase se enfocó a consolidar los resultados de las fases previas y priorizar los IROs basándose en su evaluación. Después de este análisis, **Puig** definió sus umbrales de materialidad, tanto para la materialidad del impacto como la financiera, lo que resultó en una lista final de 38 impactos, riesgos y oportunidades materiales. El análisis también concluyó que 75 de los impactos, riesgos y oportunidades no son materiales y, en consecuencia, no se han incluido requisitos de divulgación de las normas para los temas correspondientes.

Monitoreo

Los IROs se monitorean conforme a su naturaleza específica a través de diferentes mecanismos, que se explican en el capítulo de **Gobierno corporativo** y en distintos capítulos del informe.

Requisitos de divulgación en las NEIS cubiertos por el Estado de Información No Financiera Consolidada e Información sobre Sostenibilidad

IRO-2

La materialidad de la información divulgada se determinó usando una combinación de criterios cuantitativos y cualitativos, en la línea de NEIS 1, sección 3.2, sobre cuestiones materiales y materialidad de la información

En el Anexo, apartado “Requisitos de divulgación en las NEIS cubiertos por el Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad”, se incluye una lista de los requisitos de divulgación cumplidos al elaborar dicho Estado de información no financiera consolidado e información sobre sostenibilidad, como resultado del análisis de doble materialidad llevado a cabo por el grupo. Asimismo, se informa sobre los puntos de datos que derivan de otra legislación de la UE incluidos en el Apéndice B de la NEIS 2.



2

Medioambiente

E1

Cambio climático

IROs materiales relacionados con el cambio climático SBM-3



Actividad upstream

- I - Las actividades de **Puig** a lo largo de toda su cadena de valor generan emisiones de gases de efecto invernadero que contribuyen al cambio climático y tienen un impacto negativo en el medioambiente y en las personas.
- I + El ajuste proactivo de **Puig** frente a los riesgos asociados al cambio climático puede generar un impacto positivo en la transición hacia una economía baja en carbono.
- I + **Puig** contribuye a la mitigación del cambio climático invirtiendo en la descarbonización de su cadena de valor y desarrollando productos más sostenibles. Esto incluye establecer objetivos de reducción de emisiones, invertir en energías renovables y colaborar con proveedores, entre otras medidas.
- R El cambio climático plantea riesgos físicos para **Puig**, ya que los fenómenos meteorológicos extremos (sequías, estrés térmico, etc.) y los cambios climáticos más progresivos (estrés hídrico, olas de calor, etc.) pueden provocar fluctuaciones en los costes de materias primas, productos y servicios clave, interrumpir las cadenas de suministro y dañar los activos propios y la infraestructura de distribución (riesgo físico).
- R Las interrupciones en el suministro energético y la volatilidad de los precios pueden generar un impacto financiero material (riesgo de transición).



Operaciones propias

- I + El ajuste proactivo de **Puig** frente a los riesgos asociados al cambio climático puede generar un impacto positivo en la transición hacia una economía baja en carbono.
- I + **Puig** contribuye a la mitigación del cambio climático invirtiendo en la descarbonización de su cadena de valor y desarrollando productos más sostenibles. Esto incluye establecer objetivos de reducción de emisiones, invertir en energías renovables y colaborar con proveedores, entre otras medidas.
- O La mejora, las inversiones y el acceso a tecnologías energéticamente eficientes y a fuentes de energía alternativas, así como el desarrollo de producción de energía renovable in situ, pueden aumentar el ahorro operativo a largo plazo y reducir la volatilidad de los precios y las interrupciones en el suministro.
- R Las interrupciones en el suministro energético y la volatilidad de los precios pueden generar un impacto financiero material (riesgo de transición).



Actividad downstream

- I - Las actividades de **Puig** a lo largo de toda su cadena de valor generan emisiones de gases de efecto invernadero que contribuyen al cambio climático y tienen un impacto negativo en el medioambiente y en las personas.
- I + **Puig** contribuye a la mitigación del cambio climático invirtiendo en la descarbonización de su cadena de valor y desarrollando productos más sostenibles. Esto incluye establecer objetivos de reducción de emisiones, invertir en energías renovables y colaborar con proveedores, entre otras medidas.
- R Las interrupciones en el suministro energético y la volatilidad de los precios pueden generar un impacto financiero material (riesgo de transición).

Tipología IRO

Materialidad de impacto

- I+ Positivo
- I - Negativo

Materialidad financiera

- R Riesgo
- O Oportunidad

La acción climática es un pilar central en el camino de **Puig** hacia un futuro más resiliente. En 2025, la compañía lanzó su primer Plan de Transición Climática, alineado con los objetivos de 1,5 °C y net-zero aprobados por la SBTi, y respaldado por medidas de descarbonización en los Alcances 1, 2 y 3.

Puig también impulsó la transformación de su cadena de suministro mediante la colaboración con sectores que generan altas emisiones, formación para los proveedores, la celebración de su primer Día del Proveedor y su participación en el programa CDP (Carbon Disclosure Project) Supply Chain, convirtiendo los objetivos en avances medibles hacia una economía baja en carbono.

Información adicional sobre IROs materiales

Riesgos físicos identificados

Más allá del análisis de doble materialidad, **Puig** llevó a cabo un análisis de riesgos y oportunidades climáticas alineado con IFRS S2, anteriormente TCFD. Este análisis profundiza en la comprensión de los riesgos y oportunidades identificados al evaluar el impacto financiero y la relevancia estratégica. A partir de este trabajo, los riesgos y oportunidades relacionados con el clima se clasifican como Físicos o de Transición.

- **Sequía:** la escasez de agua podría detener la producción, ya que el agua es esencial para la formulación, la limpieza y la refrigeración. Esto provocaría paradas operativas y alteraría las cadenas de suministro y la planificación comercial.
- **Olas de calor:** Las olas de calor extremas podrían sobrecargar los sistemas de climatización, degradar productos sensibles a la temperatura, generar riesgos para la seguridad de los trabajadores y provocar fallos en la red eléctrica, lo que podría derivar en paradas de producción.
- **Escasez de agua:** El agua es esencial para la producción, la limpieza y la refrigeración. Su escasez podría interrumpir las operaciones, aunque las soluciones de eficiencia y almacenamiento hacen posible reducir la vulnerabilidad. También podría afectar a la higiene, la limpieza y los servicios al cliente (p. ej., baños).
- **Estrés térmico:** El estrés térmico afecta a la seguridad de los trabajadores, a la eficiencia energética y a la estabilidad de productos sensibles (como las fragancias), aunque esto podría mitigarse mediante mejoras en los sistemas de climatización y protocolos de seguridad. El estrés térmico también incide en el confort interior, la seguridad del personal y la integridad del producto. Puede reducir el flujo de clientes y las ventas.

Riesgos transicionales identificados

- **Cambio en el comportamiento de los clientes y consumidores:** Los consumidores demandan cada vez más productos sostenibles, transparentes y éticos. No cumplir con estas expectativas puede afectar directamente a las ventas y al valor de la marca.
- **Creciente coste de las materias primas:** Los ingredientes naturales, los envases sostenibles y los insumos certificados están encareciéndose debido a la demanda y a la regulación. El posicionamiento premium de **Puig** aumenta su exposición a este riesgo.
- **Cambio en las preferencias de clientes y consumidores:** Los rápidos cambios hacia productos de belleza más limpios, fórmulas veganas y abastecimiento ético están redefiniendo el mercado. **Puig** debe adaptarse de forma continua para mantener su relevancia.
- **Creciente preocupación de los grupos de interés o feedback negativo:** Las redes sociales y el escrutinio de activistas pueden amplificar los riesgos reputacionales. La visibilidad y el posicionamiento de lujo de **Puig** lo hacen especialmente vulnerable a las críticas de los grupos de interés.

Oportunidades

- El acceso a nuevos mercados, incentivos del sector público y activos estratégicos puede permitir a **Puig** diversificar su presencia, reducir costes y riesgos, y asegurar ubicaciones clave que refuercen su competitividad y su resiliencia a largo plazo

Plan de transición

E1-1 | E1-2

En 2025, **Puig** presentó su Plan de Transición Climática (que sustituye a la anterior Política Climática), basado en dos compromisos climáticos fundamentales: contribuir a limitar el calentamiento global a 1,5 °C para 2030 —en línea con el Acuerdo de París— y alcanzar net-zero de gases de efecto invernadero (GEI) para 2050. Los objetivos de reducción de emisiones asociados a estos compromisos han sido aprobados por Science Based Targets (SBTi). Véase [Medioambiente, Cambio Climático, Métricas y Objetivos](#) para más información sobre los objetivos de reducción de emisiones de GEI.

El Plan de Transición Climática es supervisado por el *Chief Sustainability Officer* y aprobado por el Presidente Ejecutivo.

El Plan de Transición Climática de **Puig** define un conjunto integral de palancas de descarbonización diseñadas para reducir las emisiones absolutas de gases de efecto invernadero en todos los alcances. Estas palancas están integradas en las operaciones y en la cadena de valor de **Puig**, y se clasifican según el Alcance en el que actúan.

Palancas de Alcance 1 y Alcance 2

- Electrificación de la flota de vehículos corporativos.
- Instalación de paneles solares en las plantas de producción para aumentar la autogeneración de electricidad renovable.
- Adquisición de Certificados de Atributos Energéticos (EACs, por sus siglas en inglés) para garantizar un consumo de electricidad 100% renovable.
- Colaboración con puntos de venta para aumentar su consumo de energía renovable
- Certificación ISO 14001 de las plantas de producción y de la sede central.
- Mejora de la eficiencia energética y reducción del consumo eléctrico en todas las instalaciones.

Palanca de Alcance 3

- Integración de los principios de circularidad en el diseño de productos.
- Optimización del embalaje mediante la reducción del peso y el tamaño, así como el impulso de formatos rellenables.
- Incremento en el uso de materiales reciclados (vidrio, plásticos, aluminio).
- Mejora de la reciclabilidad de los productos.
- Reformulación de productos con alternativas con base “bio” o que promuevan la circularidad.
- Priorización de materiales certificados y de baja huella de carbono.
- Colaboración con proveedores para implementar estrategias de descarbonización y financiación de proyectos innovadores.
- Impulso para la adopción de objetivos alineados con SBTi para los proveedores.

- Instar a los proveedores a divulgar datos climáticos a través de programas reconocidos, como el CDP.
- Desarrollo de capacidades mediante programas de formación en sostenibilidad en la cadena de valor.
- Apoyo a la agricultura regenerativa y al abastecimiento sostenible de ingredientes clave.
- Compromiso con una cadena de suministro libre de deforestación, exigiendo trazabilidad verificada y certificación a los proveedores.
- Mejora de la trazabilidad y de las evaluaciones de riesgos ESG.
- Promoción de soluciones basadas en la naturaleza.
- Colaboración con proveedores logísticos para ampliar soluciones de transporte sostenibles.
- Inversión en combustibles marítimos y de aviación sostenibles.
- Cambio modal del transporte aéreo hacia opciones multimodales.
- Optimización de los niveles de ocupación en el transporte.

Consideraciones adicionales

Para respaldar su hoja de ruta de descarbonización, **Puig** ha establecido un Marco de Finanzas Sostenibles que le permite obtener préstamos vinculados a la sostenibilidad y bonos verdes asociados a indicadores clave de desempeño alineados con sus objetivos climáticos y con los riesgos climáticos materiales. Este enfoque ofrece condiciones de financiación preferentes, ya que vincula los tipos de interés y las condiciones de los préstamos al progreso de la compañía en la reducción de emisiones y en el avance de su trayectoria de descarbonización.

Para garantizar la transparencia y la rendición de cuentas en el seguimiento de su Plan de Transición Climática, **Puig** utiliza una herramienta interna de ESG que permite monitorizar las acciones relacionadas con el clima, hacer un seguimiento continuo de las emisiones de GEI y de los principales indicadores de sostenibilidad, y comparar el rendimiento con las previsiones y los datos históricos.

La compañía calcula su huella de carbono completa siguiendo la metodología del GHG Protocol, abarcando los Alcances 1, 2 y 3, y se adhiere a estándares internacionales reconocidos, como el GHG Protocol Accounting and Reporting Standard y la norma UNE-EN-ISO 14064. Los datos de emisiones se someten a verificación por terceros para garantizar su exactitud y credibilidad.

Las emisiones de GEI “bloqueadas” no son relevantes para **Puig**. Las emisiones de los Alcances 1 y 2 representan menos del 1% de la huella de carbono total de la compañía, lo que significa que las emisiones asociadas a sus propios activos no generan una dependencia de carbono a largo plazo ni ponen en riesgo el cumplimiento de sus objetivos de reducción. En cuanto a los productos, las emisiones de la fase de uso (Alcance 3, Categoría 11) son insignificantes según el GHG Protocol. Por ello, **Puig** no identifica riesgos de transición significativos relacionados con emisiones “bloqueadas”.

Resiliencia de la estrategia y el modelo de negocio

SBM-3 | IRO-1

En relación con el Reglamento Delegado 2021/2139 de la Taxonomía de la UE, **Puig** continúa analizando los criterios técnicos de selección aplicables a sus operaciones y evaluando en qué medida sus actividades generadoras de ingresos, así como su CapEx y OpEx, podrían calificarse como alineados.

Puig no está excluido del índice de referencia alineado con el Acuerdo de París de la UE.

El análisis de resiliencia climática realizado por **Puig** tiene un alcance integral y aborda tanto los riesgos físicos (como fenómenos meteorológicos extremos o escasez de recursos) como los riesgos de transición (cambios regulatorios, expectativas de los consumidores y evolución del mercado), además de las oportunidades relacionadas con el clima. Este análisis se centra en cómo estos factores afectan a la estrategia global de la compañía, su gobernanza, su cadena de valor y sus operaciones.

El enfoque de este ejercicio se basó en las operaciones directas, analizando la probabilidad de ocurrencia en cada una de las ubicaciones donde **Puig** operó en 2025. Para ello se consideraron tanto variables físicas (para evaluar riesgos físicos crónicos y agudos) como variables sectoriales, de mercado, políticas y legislativas, que aportaron perspectiva sobre las oportunidades y riesgos de transición.

Durante la evaluación cualitativa y cuantitativa de los riesgos y oportunidades Resiliencia de la estrategia y el modelo de negocio climáticos más significativos, **Puig** analizó las materias primas y los elementos de la cadena de valor más expuestos a los impactos del cambio climático.

Para ello, se llevó a cabo un cribado de las actividades y planes de la compañía:

- **Operaciones propias:** Evaluación de todas las plantas de producción y centros logísticos para identificar las emisiones directas derivadas del uso de combustibles y las emisiones indirectas procedentes de la electricidad adquirida. También se evaluaron las emisiones asociadas a los procesos, incluidas las operaciones de alta intensidad energética.
- **Cadena de valor:** Análisis de la actividad *upstream* de las materias primas (madera, aceite de palma, alcohol derivado de la remolacha) para identificar riesgos relacionados con el cambio de uso del suelo y las emisiones agrícolas. Análisis de la actividad *downstream* de las fases de distribución y uso del producto para evaluar las emisiones del Alcance 3.

Los riesgos físicos se asociaron principalmente a materiales como la madera, el aceite de palma y el alcohol, mientras que los riesgos de transición estuvieron vinculados al uso de aluminio y plásticos. Además, los clientes y otros grupos de interés se incorporaron al proceso de evaluación, aportando información clave para analizar las oportunidades y los impactos de transición relacionados con las operaciones directas de la compañía, así como los impactos físicos especialmente relevantes para las actividades logísticas.

Identificación de riesgos y oportunidades

El análisis de resiliencia climática de **Puig** sigue una metodología sólida y estructurada, diseñada para identificar, evaluar y gestionar los riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático. El proceso incluye:

Evaluación de la probabilidad de ocurrencia, teniendo en cuenta la naturaleza de las actividades de **Puig** y su distribución geográfica. Este enfoque adopta una doble perspectiva que distingue entre oportunidades y riesgos de transición y riesgos físicos. Ambos análisis se realizan de manera simultánea.

Para analizar los riesgos físicos derivados del clima, **Puig** estudia la evolución de las variables climáticas en las ubicaciones donde opera. El seguimiento de cambios en la temperatura, la precipitación, los patrones de viento y otros indicadores similares permite estimar la probabilidad de que se produzcan eventos climáticos adversos.

Para evaluar las oportunidades y los riesgos de transición, **Puig** analizó las regulaciones climáticas actuales y emergentes y su posible impacto a corto, medio y largo plazo. También examinó las tendencias de sostenibilidad globales y específicas del sector, incluidos los cambios tecnológicos y de mercado, como la evolución del comportamiento del consumidor y las variaciones previstas en los precios de los materiales. Esto proporcionó una visión completa de los factores regulatorios y de mercado, permitiendo una planificación estratégica precisa y proactiva.

Escenarios climáticos considerados

- **SSP1-2.6 (Sostenibilidad):** Representa un futuro en el que las políticas globales se centran en la sostenibilidad, la equidad social y la conservación del medioambiente. Se caracteriza por la rápida adopción de tecnologías limpias, una mayor eficiencia energética y cambios significativos en los patrones de consumo. Los esfuerzos globales limitan el calentamiento a alrededor de 1,5 °C, con posibilidades de mantenerse por debajo de 2 °C, en línea con el Acuerdo de París.
- **SSP2-4.5 (Estabilidad intermedia):** Describe un futuro en el que las políticas y acciones climáticas son moderadas, equilibrando el crecimiento económico con las preocupaciones medioambientales. El calentamiento global oscila entre 1,7 y 3 °C, lo que convierte este escenario en el más representativo de las tendencias actuales y alineado con las recomendaciones del TCFD para la evaluación de riesgos climáticos.
- **SSP5-8.5 (Alto desarrollo con altas emisiones):** Representa un futuro de rápido crecimiento económico impulsado por un uso intensivo de combustibles fósiles, con políticas de mitigación limitadas y elevadas emisiones de gases de efecto invernadero. Este escenario podría llevar a un aumento significativo de la temperatura, superando los 4 °C a finales de siglo, con impactos climáticos graves y generalizados.
- **Escenarios de Transición NGFS (Network for Greening the Financial System):** Aportan una visión complementaria sobre posibles trayectorias macroeconómicas, financieras y regulatorias bajo distintos niveles de ambición climática. Estos escenarios ofrecen proyecciones detalladas sobre riesgos de transición, incluidos el endurecimiento de políticas, los cambios tecnológicos y las dinámicas de mercado en diferentes niveles de descarbonización. Se seleccionaron tres escenarios con tres niveles de objetivos climáticos y considerados los más relevantes para los impactos regulatorios y financieros: Políticas actuales (se asume la continuidad de las políticas climáticas actuales), Transición retrasada (caracterizada por una acción climática tardía seguida de ajustes regulatorios abruptos y

disruptivos) y Net Zero (representa una transición ordenada alineada con la consecución de la neutralidad climática en 2050).

Horizontes temporales para la evaluación

Una vez identificados y localizados los riesgos, **Puig** los evalúa utilizando tres horizontes temporales:

- **Corto plazo (0-5 años):** Se alinea con el ciclo de planificación estratégica de **Puig** y se centra en los riesgos climáticos inmediatos, como los fenómenos meteorológicos extremos o las nuevas regulaciones. Durante este periodo, la compañía prioriza la optimización de procesos, el uso de materiales sostenibles y las mejoras en eficiencia energética para reforzar la sostenibilidad y la resiliencia operativa.
- **Medio plazo (6-10 años):** Permite planificar transformaciones más complejas, como la modernización de instalaciones productivas, la adopción de tecnologías de bajas emisiones y la implementación de soluciones climáticas resilientes. También contribuye a mitigar los riesgos financieros asociados a la transición energética mediante la actualización de procesos y el despliegue de tecnologías alineadas con los objetivos de descarbonización.
- **Largo plazo (más de 10 años):** Considera la funcionalidad y sostenibilidad de la infraestructura de **Puig** a lo largo de varias décadas. Facilita la planificación estratégica para garantizar resiliencia y avanzar hacia la neutralidad climática mediante tecnologías como la captura de carbono y el uso de materiales regenerativos, asegurando la durabilidad y adaptabilidad de los activos de larga vida útil.

Priorización de impactos de riesgos y oportunidades

Una vez evaluados los riesgos y oportunidades relacionados con el clima, se aplicó un proceso de priorización a aquellos con una probabilidad moderada o alta, con el fin de identificar las áreas más significativas o urgentes de actuación. La priorización se basó en dos factores: la probabilidad de ocurrencia y la gravedad estimada del impacto. Esto permitió determinar qué riesgos y oportunidades eran más críticos. La combinación de estos criterios permitió establecer niveles de prioridad claros que facilitan la toma de decisiones estratégicas y la planificación de medidas de mitigación y adaptación.

Análisis de resultados

En esta fase, **Puig** evalúa los posibles impactos financieros derivados de la materialización de riesgos climáticos, así como los beneficios económicos asociados a las oportunidades relacionadas con el clima, considerando tanto sus efectos directos como indirectos sobre la organización. Esta evaluación se realiza conforme a los requisitos de la CSRD y contribuye a analizar la resiliencia climática de la compañía en su estrategia, operaciones y cadena de valor.

El análisis de resiliencia indica que, con el conocimiento y las hipótesis actuales, **Puig** no ha identificado activos, actividades ni dependencias de recursos que resulten incompatibles con una transición hacia una economía climáticamente neutra.

El análisis también reconoce las áreas de incertidumbre inherentes a las evaluaciones de resiliencia climática a largo plazo. Entre ellas se incluyen posibles cambios en el entorno regulatorio, como requisitos climáticos cada vez más estrictos que afecten al embalaje, al abastecimiento y a los procesos de producción; la volatilidad de la cadena de suministro vinculada a materias primas sensibles al clima (como aceites naturales,

alcohol o componentes derivados de la madera); y las incertidumbres en cuanto al ritmo de desarrollo tecnológico y la adopción de soluciones circulares y de bajas emisiones. Aunque estos factores podrían influir en los costes futuros, la disponibilidad de insumos o la priorización de inversiones, todos ellos se integran activamente en la planificación estratégica y los procesos de gestión de riesgos de **Puig**.

Para hacer frente a estas incertidumbres, **Puig** integra consideraciones de resiliencia en su proceso de toma de decisiones mediante estrategias de abastecimiento diversificado para materias primas vulnerables, la asignación continua de recursos a tecnologías de bajas emisiones, el diseño circular de productos y la transformación hacia embalajes sostenibles. Asimismo, refuerza la colaboración con proveedores para mejorar la resiliencia climática en toda la cadena de valor.

Los resultados del análisis de resiliencia se aplican de forma coherente en todos los horizontes temporales evaluados. A corto plazo, **Puig** se centra en mantener el acceso a financiación sostenible en condiciones competitivas y en acelerar las iniciativas de eficiencia y circularidad. A medio plazo, la compañía planifica la adaptación progresiva de sus activos productivos, procesos y portafolios de productos para incorporar tecnologías emergentes y responder a nuevas expectativas regulatorias. A largo plazo, la estrategia de **Puig** prevé la capacitación continua de sus equipos, una colaboración más profunda con proveedores y una apuesta sostenida por la innovación para garantizar la durabilidad, adaptabilidad y resiliencia climática de su modelo de negocio.

Desde una perspectiva financiera, el Departamento Financiero ha evaluado las implicaciones climáticas en el contexto de las hipótesis de planificación financiera. Las previsiones de crecimiento de ventas se basan en el rendimiento histórico, las perspectivas del sector y los objetivos de cuota de mercado, y hasta la fecha no se han identificado impactos financieros materiales relacionados con el cambio climático o con conflictos geopolíticos. Los escenarios climáticos considerados son coherentes con las hipótesis climáticas divulgadas en los estados financieros de la compañía y no las contradicen.

Adaptación y mitigación

Desarrollo de las estrategias de adaptación y mitigación

Una vez evaluados los riesgos y oportunidades, la compañía ha diseñado estrategias de adaptación y mitigación para hacer frente a los riesgos climáticos y aprovechar las oportunidades relacionadas con el clima.

- **Mitigación:** acciones destinadas a reducir la huella de carbono de la empresa, como la adopción de energía renovable, mejoras en la eficiencia energética, reducción de emisiones y optimización de la cadena de suministro.
- **Adaptación:** medidas para ajustar las operaciones, los procesos o la infraestructura con el fin de resistir los riesgos físicos derivados del clima, como el refuerzo de instalaciones o la adaptación de los modelos de negocio para asegurar el acceso a recursos esenciales.

Integración de la resiliencia climática en la estrategia

Puig ha empezado a integrar la resiliencia climática en su estrategia global, garantizando que los riesgos relacionados con el clima y las necesidades de adaptación a largo plazo se reflejen en las decisiones estratégicas y operativas. Esto implica incorporar la resiliencia en las políticas y la gobernanza de la empresa y reforzar la colaboración entre los responsables de sostenibilidad y departamentos clave, como finanzas, operaciones y recursos humanos.

Metodología de monitorización

Este enfoque permite una gestión del riesgo climático más coordinada y sienta las bases para una adaptación eficaz. Para respaldarlo, **Puig** revisó su estrategia de sostenibilidad con el fin de garantizar que sus compromisos y objetivos contribuyan a mitigar los impactos climáticos y adaptarse a las tendencias emergentes.

El análisis de resiliencia muestra que la estrategia y el modelo de negocio de **Puig** son en general sólidos, pero afrontan desafíos clave que requieren adaptación.

Puig lleva a cabo una evaluación anual de sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), utilizando un sistema interno de cálculo de la huella de carbono para hacer el seguimiento de múltiples fuentes de emisión a lo largo de toda su cadena de valor.

Se basa en datos procedentes de instalaciones propias y de proveedores, aplicando factores de emisión reconocidos internacionalmente. La empresa también desarrolla métricas para gestionar los riesgos climáticos, aprovechar las oportunidades de sostenibilidad y orientar las estrategias de mitigación.

Acciones

E1-3

En 2025, **Puig** implementó diversas iniciativas¹⁸ para mitigar y adaptarse al cambio climático, entre las que destacan:

- Coordinación de la compra global de más de 20.000 MWh de electricidad renovable mediante Certificados de Atributos Energéticos (EACs), que cubren todas las plantas de producción, sedes y oficinas de sus tres segmentos de negocio. La centralización de la adquisición de energía renovable optimiza recursos, refuerza el poder de negociación y garantiza un progreso coherente con los objetivos de energía renovable. Este enfoque global genera reducciones medibles de emisiones de Alcance 2 y refuerza la alineación con los objetivos climáticos internacionales.
- Inicio del desarrollo de una herramienta interna para calcular la huella de carbono a nivel de producto. Esta nueva herramienta, que antes estaba limitada al nivel organizativo, ahora permitirá hacer seguimiento de las emisiones por productos y marcas, facilitando medidas de reducción más específicas y apoyando la descarbonización del portfolio de **Puig** en línea con sus objetivos climáticos.
- Implementación de una herramienta de diseño basada en Análisis de Ciclo de Vida (ACV) para orientar el desarrollo de tiendas *retail*. Compara distintas opciones de diseño para seleccionar soluciones con menor huella de carbono e identificar oportunidades de mejora. Al integrar el ACV desde las primeras fases del proceso de diseño, la herramienta incorpora la sostenibilidad en el diseño de tiendas, contribuye a la reducción de emisiones de Alcance 3 y fomenta la mejora ambiental continua.
- Realización de un proyecto colaborativo, junto con un importante proveedor de aluminio, para reutilizar chatarra de aluminio de alta pureza procedente de envases de lujo. En lugar de reciclarse en materiales de

¹⁸ Debido al carácter transversal de varias de las acciones de mitigación del cambio climático implementadas por **Puig**, no siempre es posible aislar y cuantificar las emisiones de gases de efecto invernadero evitadas que pueden atribuirse a cada acción individual. Cuando no se informa sobre las emisiones evitadas, esto se debe a la falta de datos o metodologías suficientemente sólidas para cuantificar las reducciones específicas generadas por la acción reportada.

menor calidad, la chatarra se recoge, se limpia y se devuelve al proveedor para producir nuevas bobinas de aluminio de alta pureza. Mantener la calidad de la aleación reduce la huella de carbono en más de un 80% en comparación con el aluminio primario, lo que supone una reducción del 38% de las emisiones relacionadas con el aluminio de **Puig**: 740 tCO₂eq evitadas. Esta medida de Alcance 3 también reduce la extracción de materias primas manteniendo la calidad y la estética del aluminio convencional.

- En 2024, **Puig** invirtió en un proveedor de vidrio, para la construcción de un horno eléctrico alimentado con electricidad renovable, sustituyendo una unidad operada con gas. El horno se encuentra operativo desde 2025 y se espera que reduzca las emisiones de CO₂ del proveedor en un 30% y que potencialmente disminuya las emisiones de **Puig** en hasta 1600 tCO₂eq. Esto representa una medida clave de reducción de Alcance 3, al disminuir la huella de carbono de los bienes y materiales adquiridos.
- Organización del primer evento “Día del proveedor, Juntos hacia el futuro”, que reunió a 46 proveedores clave para compartir buenas prácticas, reforzar los compromisos con la sostenibilidad y la descarbonización, y fomentar la colaboración a lo largo de la cadena de valor. Los proveedores presentaron iniciativas innovadoras con un impacto de descarbonización medible y **Puig** reconoció las más destacadas. El evento subrayó que la descarbonización del sector requiere una acción colectiva con los socios.
- Participación por tercer año consecutivo en la campaña CDP Supply Chain, reforzando su impulso hacia la descarbonización de la cadena de suministro. Más de 200 proveedores fueron invitados, con una tasa de respuesta superior al 80%, muy por encima de la media global. Esta alta participación impulsa la transparencia, fortalece la alineación con los objetivos climáticos de **Puig** y favorece una colaboración más profunda en la reducción de emisiones a lo largo de toda la cadena de valor.
- Lanzamiento de un plan de descarbonización con proveedores seleccionados en función de las emisiones de CO₂ de los productos que suministran. Al centrarse en los socios con mayores emisiones, la empresa busca acelerar la descarbonización de la cadena de suministro. El plan establece objetivos a corto, medio y largo plazo para garantizar que las reducciones de los proveedores se traduzcan en disminuciones de Alcance 3. La alineación de las hojas de ruta de los proveedores con los objetivos climáticos de **Puig** refuerza la colaboración en la cadena de valor y respalda las metas de descarbonización de la compañía.
- Creación de un programa de descarbonización para la planta de producción ubicada en Alcalá de Henares, definiendo la hoja de ruta para cumplir los objetivos ESG a 2030. Las actuaciones (en adelante “acciones”) clave incluyen ampliar la capacidad fotovoltaica in situ mediante un Contrato de Compraventa de Energía (PPA, por sus siglas en inglés), pasando de 99 kWp a 815 kWp, y mejorar la eficiencia de los sistemas de calefacción y climatización. En conjunto, estas medidas buscan reducir significativamente las emisiones de Alcance 1 y 2 y acelerar la transición hacia operaciones renovables y de bajas emisiones.

- Realización de un estudio de viabilidad para instalar 960 kWp de paneles fotovoltaicos en la planta de producción de Chartres (Francia). Con resultados positivos, el proyecto está previsto para 2027 y cubrirá la azotea y el aparcamiento. Esto ampliará la capacidad de autoconsumo, reducirá la dependencia de la red y contribuirá a la reducción de emisiones de Alcance 2, además de reforzar la resiliencia energética renovable del centro.
- La planta de producción de Vacarisses puso en marcha una iniciativa de eficiencia energética para reducir el consumo eléctrico mediante la mejora del sistema de renovación de aire en áreas críticas y la sustitución de baterías de refrigeración por equipos de mayor eficiencia. El centro también continúa monitorizando su instalación fotovoltaica para maximizar el autoconsumo en línea con los objetivos ESG y la trayectoria de descarbonización a largo plazo.
- Optimización de la red global de transporte mediante la reducción del uso del transporte aéreo, liderada por el departamento de logística de Beauty, mediante la ampliación de los plazos de entrega y una mejor planificación, trasladando los envíos a transporte marítimo de menores emisiones y generando reducciones tanto en emisiones como en costes. Además, se está sustituyendo el combustible marítimo convencional por Combustible Marítimo Sostenible (SMF) elaborado a partir de fuentes renovables y residuos, una medida que se espera reduzca más de 170 toneladas de CO₂ en 2025.
- Mejora de la precisión del cálculo de carbono pasando de datos estimados a datos primarios proporcionados directamente por los proveedores logísticos, también liderado por el departamento de logística de Beauty. Esta transición permite medir con mayor exactitud las emisiones de transporte de Alcance 3, refuerza la transparencia y facilita la identificación de oportunidades de reducción, alineándose con los estándares internacionales de presentación de informes.
- Desarrollo de una hoja de ruta de descarbonización 2025–2030, liderada por el departamento de logística de Beauty, que establece hitos anuales y objetivos medibles para todos los modos de transporte —aéreo, marítimo y terrestre—. El plan incluye la adopción de combustibles bajos en carbono, mejoras de eficiencia y objetivos específicos de reducción por proveedor, lo que permite un seguimiento transparente del rendimiento y la alineación con la estrategia global de Alcance 3. Esta hoja de ruta guía las decisiones de inversión y garantiza un progreso continuo hacia los objetivos de net-zero a largo plazo.
- Lanzamiento en 2026 de un servicio de formación digital por parte de Charlotte Tilbury para reforzar el conocimiento en sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor. La plataforma ofrecerá cursos sobre cambio climático y descarbonización. Impartido mediante vídeos interactivos en varios idiomas, el programa está diseñado para marcas, *retailers* y proveedores, fomentando así la responsabilidad compartida y promoviendo prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro.

Objetivos y métricas

E1-4

Objetivos de la Agenda ESG 2030

(los objetivos N/A no tienen valor base; el año base solo identifica el inicio del plan)¹⁹

Objetivos		Valor base	Año base	Año objetivo	Progreso 2025	Objetivo
Tasa de ocupación de envíos >85%*		N/A	2022	2030	74%	85%
Reducción del 20% de emisiones generadas por el transporte aéreo		36,855 tCO ₂ e	2022	2030	17%	20%
50% del peso transportado por carretera con alternativas más sostenibles **		N/A	2022	2030	31%	50%
100% electricidad renovable		N/A	2022	2030	97%	100%
100% energía termal renovable		N/A	2022	2030	9%	100%
20% energía autogenerada sobre el total consumido		N/A	2022	2030	5%	20%
100% flota de vehículos eléctrica o híbrida		N/A	2022	2030	47%	100%
100% de las materias primas clave certificadas o procedentes de programas de agricultura regenerativa:	Papel y cartón con FSC	N/A			94%	100%
	Alcohol con SAI o procedente de programas de agricultura regenerativa	N/A	2022	2030	100%	100%
	Aceite de palma y derivados con RSPO	N/A			99%	100%
100% materias primas clave con cero deforestación en la cadena de suministro		N/A	2022	2030	Metodología en desarrollo.	

* Objetivo limitado a contenedor lleno gestionado por Puiq, por el que la compañía paga el coste del transporte.

** Alternativas más sostenibles incluye transporte con tecnología dual EVARM, gas natural, o transporte multimodal que combina carretera con tren y/o transporte marítimo.

Alcance



Objetivos de reducción de emisiones de GEI aprobados por la SBTi

Objetivos	Valor base	Año base	Año objetivo	Progreso 2025	Objetivo
Reducción absoluta de las emisiones de GEI en los alcances 1 y 2 en un 42%.	6,673 tCO ₂ e	2022	2030	25%	42%
Reducción absoluta de las emisiones de GEI del alcance 3, de la adquisición de bienes y servicios en un 25%.	484,424 tCO ₂ e	2022	2030	12%	25%
Reducción absoluta de las emisiones de GEI en los alcances 1 y 2 en un 90%.	6,673 tCO ₂ e	2022	2050	25%	90%
Reducción absoluta de las emisiones de GEI del alcance 3 en un 90%, de la adquisición de bienes y servicios, transporte upstream y tratamiento final de vida de productos vendidos.	567,736 tCO ₂ e	2022	2050	12%	90%

Alcance



¹⁹ Información adicional disponible en el anexo metodológico.

El objetivo climático de **Puig** está alineado con el Plan de Transición Climática de **Puig**, cuyo propósito es mitigar el cambio climático mediante la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) a lo largo de toda la cadena de valor. La compañía ha establecido objetivos climáticos globales que abarcan los alcances 1 y 2 (enfoque basado en el mercado), así como las categorías relevantes del alcance 3, y que son de aplicación a todas sus operaciones. Para comprender la relación entre los objetivos de reducción de emisiones y las principales palancas de descarbonización, consúltase el Plan de Transición.

Durante el período objeto de reporte, el desempeño de **Puig** en materia de emisiones de GEI mejoró principalmente gracias a la implementación de iniciativas de eficiencia energética en los centros de producción, al mayor aprovisionamiento de electricidad de origen renovable y a la puesta en marcha de iniciativas de reducción de emisiones en el alcance 3.

Consumo y mix energético

E1-5

Mix del consumo de energía (MWh) ²⁰	2024	2025	2025/2024
Consumo total de energía	35.408	41.154	16%
Energía renovable	20.301	27.000	33%
Energía renovable comprada	18.150	24.862	37%
Energía renovable autogenerada	932	1.074	15%
Consumo de combustibles de fuentes renovables	1.219	1.064	(13%)
% energía renovable	57,3%	65,6%	14%
Energía de fuentes fósiles	15.107	14.154	(6%)
Consumo de gas natural	5.647	6.486	15%
Consumo de petróleo crudo y de productos petrolíferos	—	—	N/A
Consumo de carbón y sus derivados	—	—	N/A
Consumo de otras fuentes fósiles	2.075	4.880	135%
Energía fósil comprada	7.385	2.788	(62%)
% energía fósil sobre el total	42,7%	34,4%	(19%)
Producción de energía no renovable	0,00	0,00	—%
Producción de energía renovable	2.151	2.138	(1%)
Intensidad (MWh/M€)	7,4	8,2	11%

*Ingresos netos publicados en la sección Cuenta de Resultados Consolidada de las Cuentas Anuales Consolidadas. Las actividades principales de Puig comprenden la fabricación de perfumes y productos cosméticos, así como la venta minorista de productos de belleza y moda. Estas actividades se clasifican como sectores de alto impacto climático según las NEIS.

²⁰ Información adicional disponible en el anexo metodológico.

Alcanzar los objetivos de reducción de emisiones de alcance 1 y 2 requiere aumentar la proporción de energía renovable, tanto mediante la compra de Certificados de Atributos Energéticos (EACs) y Contratos de Compraventa de Energía (PPA), como ampliando la capacidad de autogeneración en ubicaciones estratégicas. Estos esfuerzos contribuyen también a reducir la dependencia de los combustibles fósiles.

En 2025, el consumo de electricidad de la planta de producción de Uriage en Francia se cubrió totalmente con Certificados de Atributos Energéticos (EACs). En consecuencia, no se informa sobre consumo de energía nuclear durante el año (0 kWh), en comparación con los 2.485 MWh de 2024.

Emisiones de GEI

E1-6

Puig realiza un seguimiento continuo de sus emisiones de GEI y de sus fuentes a lo largo del año, llevando a cabo revisiones periódicas para comparar las emisiones con las previsiones y los datos históricos.

Huella de Carbono (tCO₂e)^{21,22}

Desglose por alcance y categoría	2024	2025	2025/2024
Emisiones de GEI de alcance 1			
Emisiones de GEI brutas de alcance 1 (tCO ₂ eq)	3.347	4.170	25%
Porcentaje de emisiones de GEI de alcance 1 procedentes de regímenes regulados de comercio de derechos de emisión (%)	—%	—%	N/A
Emisiones de GEI de alcance 2			
Emisiones de GEI brutas de alcance 2 basadas en la ubicación (tCO ₂ eq)	4.014	4.404	10%
Emisiones de GEI brutas de alcance 2 basadas en el mercado (tCO ₂ eq)	1.082	834	(23%)
Emisiones de GEI significativas de alcance 3			
Emisiones de GEI indirectas brutas totales (alcance 3) (tCO₂eq)	561.281	559.282	(0,4%)
01. Bienes y servicios comprados	422.192	424.677	0,6%
02. Bienes de capital	31.971	26.707	(16%)
03. Actividades relacionadas con combustibles y con la energía (no incluidas en los alcances 1 o 2)	2.136	2.190	3%
04. Transporte y distribución en fases anteriores	62.437	63.469	2%
05. Residuos generados en las operaciones	1.400	2.432	74%
06. Viajes de negocios	6.564	8.313	27%
07. Desplazamiento pendular de los asalariados	7.113	4.935	(31%)
08. Activos arrendados en fases anteriores	733	2.279	211%
09. Transporte y distribución	12.053	14.073	17%
10. Transformación de los productos vendidos	N/A	N/A	N/A
11. Utilización de los productos vendidos	N/A	N/A	N/A
12. Tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos	6.675	5.992	(10%)
13. Activos arrendados en fases posteriores	35	53	51%
14. Franquicias	46	98	113%
15. Inversiones	7.926	4.064	(49%)
Emisiones de GEI totales			
Emisiones de GEI totales (basadas en la ubicación) (tCO ₂ eq)	568.642	567.856	(0,1%)
Emisiones de GEI totales (basadas en el mercado) (tCO ₂ eq)	565.710	564.286	(0,3%)

La compañía no participa en sistemas regulados de comercio de derechos de emisión.

²¹ Información adicional disponible en el anexo metodológico.
²² En conformidad con el Real Decreto 214/2025, las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) correspondientes a España, calculadas utilizando los factores de emisión de MITECO y relativas a los alcances 1 y 2, ascienden a 1.420,12 tCO₂e .

Desglose de las emisiones de GEI por ubicación

Emisiones totales por ubicación (tCO ₂ e)	2024	2025	2025/2024
España	122.492	121.359	(0,9%)
Francia	118.780	117.501	(1%)
Italia	38.270	37.107	(3%)
Estados Unidos	26.590	36.241	36%
Reino Unido	39.719	28.867	(27%)
Alemania	22.699	24.201	7%
China Continental	12.718	21.193	67%
Colombia	11.361	11.094	(2%)
Suiza	9.100	9.606	6%
Hong Kong	9.540	9.276	(3%)
México	7.097	8.838	25%
Grecia	6.021	7.948	32%
Resto de mercados	141.323	131.055	(7%)
Total	565.710	564.286	(0,3%)

Intensidad de emisiones de GEI sobre ingresos netos

Intensidad Calculada: tCO ₂ e/€M*	2024	2025	2025/2024
Intensidad de Alcance 1	0,70	0,83	19%
Intensidad de Alcance 2 (basadas en la ubicación)	0,84	0,87	4%
Intensidad de Alcance 2 (basadas en el mercado)	0,21	0,17	(19%)
Intensidad de Alcance 3	117,18	110,92	(5%)
Intensidad de Alcance 1,2,3 (basadas en la ubicación)	118,7	112,6	(5%)
Intensidad de Alcance 1,2,3 (basadas en el mercado)	118,1	111,9	(5%)

*Ingresos netos publicados en la sección Cuenta de Resultados Consolidada de las Cuentas Anuales Consolidadas.

Información adicional sobre las emisiones de GEI de alcance 1

Emisiones de Alcance 1 (tCO ₂ eq)	2024	2025	2025/2024
Alcance 1 - Combustión estacionaria	2.096	2.977	42%
Alcance 1 - Refrigerantes	160	481	201%
Alcance 1 - Combustión móvil	1.091	712	(35%)
Total Alcance 1	3.347	4.170	25%

Emisiones biogénicas (tCO ₂ eq)	2024	2025	2025/2024
Alcance 1. Emisiones biogénicas	15	13	(13%)
Alcance 1. Emisiones no biogénicas	3.332	4.157	25%
Total Alcance 1	3.347	4.170	25%
Alcance 2. Emisiones biogénicas	0	0	—%
Alcance 2. Emisiones no biogénicas	1.082	834	(23%)
Total Alcance 2	1082	834	(23%)

Información adicional sobre las emisiones de GEI de alcance 2

En 2025, las emisiones de alcance 1 aumentaron un 25% en comparación con el año anterior. Este aumento es atribuible principalmente a un cambio en el alcance de los informes, resultante de incluir, por primera vez, las emisiones relacionadas con el consumo de gas propano del hotel de Uriage y del centro termal y spa de Uriage.

En la línea de las buenas prácticas, **Puig** calcula sus emisiones de alcance 2 utilizando tanto la metodología basada en la ubicación como la basada en el mercado:

- La metodología basada en la ubicación calcula las emisiones empleando factores regionales o nacionales de la red eléctrica, lo que refleja la combinación energética local de cada país.
- La metodología basada en el mercado contabiliza las emisiones según la electricidad específica que **Puig** adquiere voluntariamente, teniendo en cuenta contratos e instrumentos de energía renovable como los Certificados de Atributos Energéticos (EACs).

Al aplicar ambas metodologías, **Puig** puede evaluar mejor el impacto del consumo de energía renovable y hacer un seguimiento de sus avances hacia la reducción de emisiones.

Emisiones de alcance 2 por tipo

Emisiones de alcance 2* (tCO ₂ eq)	2024	2025	2025/2024
Alcance 2 - Electricidad	970	480	(51%)
Alcance 2 - Vapor y calor	112	354	216%
Total Alcance 2	1.082	834	(23%)

*Cálculo basado en emisiones de mercado

Origen de la energía renovable

Electricidad con atributos asociados	2024	2025	2025/2024
Energía renovable comprada (MWh)	18.150	24.862	37%
% Acuerdos de Compra de Energía (atributo asociado)	3,6%	4,0%	11%
% Certificados de Atributos Energéticos (atributo no asociado)	70%	93%	32%

Las emisiones basadas en el mercado se han reducido gracias al aumento de la compra de Certificados de Atributos Energéticos (EACs) y Contratos de Compraventa de Energía (PPA).

Información adicional sobre las emisiones de GEI de alcance 3

El inventario de emisiones de GEI de **Puig** incluye todas las categorías del alcance 3 definidas por el GHG Protocol, excepto la categoría 11 (Uso de los productos vendidos), que se ha considerado no significativa dada la naturaleza de los productos de **Puig**. Las emisiones de la categoría 11 están relacionadas principalmente con el consumo de agua y combustible durante el uso de los productos. Dado el portfolio de **Puig**, estas emisiones aplican únicamente a una pequeña parte de los productos para el cuidado de la piel y artículos de moda.

Eliminaciones de GEI y proyectos de mitigación de GEI financiados mediante créditos de carbono

E1-7

Puig no participa en proyectos de eliminación ni de almacenamiento de carbono ni en sus propias operaciones ni a lo largo de su cadena de valor. Asimismo, la compañía no participa en iniciativas externas de eliminación de GEI.

Si bien en ejercicios anteriores **Puig** había invertido en créditos de carbono, en 2025 la compañía decidió no realizar nuevas inversiones en este tipo de instrumentos, redirigiendo dichos recursos al desarrollo de una estrategia de naturaleza reforzada. Este cambio estratégico tiene como objetivo facilitar alianzas a largo plazo, inversiones sostenidas, trazabilidad completa y una mayor capacidad para medir y demostrar el impacto en la naturaleza a lo largo de toda la cadena de valor.

Puig aún no ha definido proyectos para neutralizar las emisiones residuales de GEI.

E1-8

Precio interno del carbono

Puig no ha implantado un sistema de precio interno del carbono.

E2

Contaminación

IROs materiales relacionados con la contaminación SBM-3

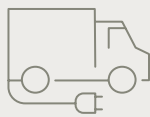


Actividad upstream



Operaciones propias

- O La gestión activa de las emisiones atmosféricas y de los contaminantes generados por los procesos de fabricación puede ayudar a evitar impactos financieros materiales derivados de sanciones y daños reputacionales.
- R El uso de sustancias altamente preocupantes puede generar impactos financieros materiales derivados de sanciones y daños reputacionales.



Actividad downstream

Tipología IRO
Materialidad de impacto
 I+ Positivo
 I- Negativo
Materialidad financiera
 R Riesgo
 O Oportunidad

La contaminación es uno de los principales impulsores de la pérdida de biodiversidad y un desafío global.

Puig invierte en medidas de prevención y control, como la renovación de calderas más eficientes, y mantiene sistemas sólidos para monitorizar la energía, el agua y los residuos.

Políticas

E2-1

Política de Prevención de la Contaminación

Expone el marco para aplicar medidas eficaces que prevengan y controlen la contaminación del aire, el agua y el suelo que pueda derivarse de sus actividades.

Pilares fundamentales:

- Reducir el impacto de todos sus productos seleccionando ingredientes que cumplan estrictos estándares de seguridad humana y medioambiental.
- Minimizar la contaminación generada en sus instalaciones mediante la implantación de un Sistema de Gestión Ambiental (EMS, por sus siglas en inglés) en todas sus fábricas y sedes.
- Colaborar con los proveedores para reducir la contaminación.
- Participar en iniciativas de conservación y restauración de ecosistemas.

- Dado que cada centro tiene características diferentes, la política universal no incluye procedimientos específicos para responder a incidentes o accidentes relacionados con contaminantes.
- Puig ha implantado un Procedimiento Integral de Gestión de Emergencias, que define los pasos necesarios para controlar y mitigar riesgos en todas sus instalaciones.
- Cada centro cuenta con un Manual de Emergencias o Plan de Autoprotección, en el que se detallan los protocolos específicos de respuesta ante escenarios de emergencia.
- Para garantizar la preparación, se realizan simulacros de emergencia periódicos en todas las ubicaciones. Cualquier desviación o no conformidad identificada se documenta y se gestiona conforme al Procedimiento de Gestión de Acciones.

Estándares Comunes de Ingredientes

Los estándares van más allá de los requisitos regulatorios al prohibir ingredientes que puedan suponer riesgos para la salud humana o el medioambiente, a menudo anticipándose a la normativa.

Pilares fundamentales:

- Impulsan la sustitución y la minimización de posibles sustancias preocupantes en todas las categorías de productos.
- Son revisados y actualizados de forma continua por el equipo de Asuntos Regulatorios, basándose en conocimientos del sector y en la normativa vigente, y cuentan con la aprobación final del R&D Managing Director. Su implementación es supervisada por las áreas correspondientes.

- Las sustancias preocupantes cuya utilización está prohibida en los productos son: acrilatos (etil acrilato, butil metacrilato, etil metacrilato y otros), parabenos, agentes liberadores de formaldehído, compuestos halogenados, benzofenona-1, benzofenona-2, benzofenona-3, benzofenona-4, benzofenona-5, BHA, octocrileno, ácido kójico, arbutina y alfa-arbutina, ciclopentasiloxano, ciclohexasiloxano, ciclomethicona, EDTA y sus sales, etanolamina, aceites minerales y sus derivados, o-fenilfenol, aceite de palma y derivados del aceite de palma no certificados por Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés), ftalatos, resorcinol, lauril sulfato sódico, triclosán, triclocarbán, trietanolamina y talco entre otros.

Acciones

E2-2

Puig cuenta con un proceso riguroso para supervisar y gestionar el impacto medioambiental de sus plantas de producción, y revisa mensualmente el uso de energía, la contaminación, el agua y los residuos para garantizar un rendimiento óptimo y una actuación oportuna.

La empresa controla de forma activa las emisiones atmosféricas y los contaminantes generados por los procesos de fabricación en cada centro, cumpliendo tanto con la legislación aplicable como con los requisitos de la norma ISO 14001:2015.

Esto implica establecer indicadores específicos y medibles; realizar auditorías medioambientales internas y externas para evaluar el cumplimiento legal y normativo; llevar a cabo una evaluación continua de los aspectos medioambientales; y mantener registros de todas las actividades relacionadas con el rendimiento medioambiental.

A finales de 2025, los siguientes centros de **Puig** contaban con la certificación ISO 14001:2015:

- Planta de producción de Vacarisses (España)
- Planta de producción de Alcalá de Henares (España)
- Planta de producción de Chartres (Francia)
- Torre **Puig** - T1 (España)
- Torre **Puig** - T2 (España)
- Champs-Élysées (Francia)
- Washington Plaza (Francia)
- Planta de producción y sede de Kama Ayurveda (India)

Puig busca de forma activa certificaciones alternativas de desempeño medioambiental como LEED y BREEAM In Use, que incluyen métricas de contaminación entre sus criterios. Estas certificaciones ayudan a garantizar que los centros de **Puig** consuman menos energía y generen menos emisiones de gases de efecto invernadero que unas instalaciones promedio, además de asegurar una mejora continua en la calidad del ambiente interior.

A finales de 2025, los siguientes centros de **Puig** contaban con la certificación LEED:

- Torre **Puig** - T1 (Barcelona): LEED Gold
- Torre **Puig** -T2 (Barcelona): LEED Gold
- Oficinas de **Puig** en Argentina (Buenos Aires): LEED Gold
- Oficinas de **Puig** en China (Shanghái): LEED Gold
- Oficinas de *Travel Retail* de **Puig** en Miami: LEED Gold
- Oficinas de **Puig** en México (México DF): LEED Platinum

- Planta de producción de Kama Ayurveda Coimbatore y oficinas de Noida (India): LEED Platinum.

A finales de 2025, los siguientes centros de **Puig** contaban con la certificación BREEAM:

- Oficinas y planta de producción de Apivita (Grecia)
- Oficinas de Washington Plaza (París)
- Oficinas de Apivita y Uriage (Lisboa)
- Oficinas de Apivita y Uriage (Madrid)
- Oficinas de Apivita y Uriage (París)
- Oficinas de Grainhouse de **Puig** (Londres)

En 2025, la planta de producción de Kama Ayurveda en India obtuvo las certificaciones LEED, BREEAM y la calificación del sistema IGBC Green Factory Buildings.

Además, la tienda D2C de Kama Ayurveda ubicada en Aerocity, Delhi (India) fue certificada con *LEED Platinum (v4 – Interior Design and Construction: Retail)* con una puntuación de 89 puntos.

Ese mismo año, el equipo *retail* publicó directrices detalladas de sostenibilidad para las marcas y mercados de **Puig**, destinadas a su aplicación en proyectos de diseño *retail* permanente. Estas directrices priorizan prácticas medioambientales de alto nivel en áreas como iluminación, métodos de montaje y estrategias de fin de vida, con un enfoque especial en la sostenibilidad de los materiales.

A finales de 2025, todas las plantas de producción de **Puig** obtenían el 100% de su electricidad de fuentes renovables, contribuyendo así a la reducción de la contaminación atmosférica. Véase [Medioambiente](#), [Cambio climático](#).

En 2025, se llevaron a cabo varias acciones en la planta de producción de Vacarisses (España), para ayudar a reducir las emisiones de CO₂ y disminuir la contaminación del aire. Una de las iniciativas clave fue sustituir una caldera utilizada para generar vapor y calor en el proceso de producción por otra más pequeña y eficiente. Además, el equipo de Vacarisses comenzó a analizar distintas opciones para reemplazar el gas propano por alternativas más sostenibles. Véase [Medioambiente](#), [Cambio climático](#).

Para reducir su impacto medioambiental, **Puig** también excluye de sus formulaciones los ingredientes persistentes y bioacumulativos cuando existen alternativas viables. Siguiendo las mejores prácticas del sector, **Puig** está eliminando progresivamente sustancias químicas conocidas por su biopersistencia, como los PFAS y los microplásticos, sustituyéndolas por alternativas biodegradables, renovables o de origen natural.

Objetivos y métricas

E2-3

Objetivos de la Agenda ESG 2030²³
(los objetivos N/A no tienen valor base; el año base solo identifica el inicio del plan)

Objetivo	Valor base	Año base	Año objetivo	Progreso 2025	Objetivo
90% de ingredientes de origen natural como promedio de todas las formulas	N/A	2022	2030	89%	90%



Este objetivo está alineado con la Política de Prevención de la Contaminación de **Puig**, que aborda la gestión de las dependencias y los riesgos relacionados con la contaminación, tanto en la cadena de valor como en sus operaciones directas.

Dado que la contaminación mantiene una relación directa con el cambio climático, la compañía se aseguró, en etapas posteriores, de que los objetivos estuviesen alineados con los dos compromisos globales de **Puig**: (1) contribuir a limitar el calentamiento global a 1,5 °C en 2030; y (2) ser una organización net-zero en 2050. Los objetivos de la Agenda ESG 2030 permiten a **Puig** cumplir las metas de reducción de emisiones aprobadas por la iniciativa Science Based Targets (SBTi).

Todos los objetivos relacionados con la reducción del consumo de combustibles fósiles, como la eficiencia en el transporte y el incremento en el consumo de energías renovables, causan un impacto directo en la prevención de la emisión de contaminantes atmosféricos. Véase [Medioambiente, Cambio climático](#). No se han fijado objetivos específicos de reducción de cargas contaminantes. Todos los objetivos relacionados con la contaminación son voluntarios y no obligatorios.

Contaminación del aire

E2-4

Puig no está sujeto al Reglamento (EC) n.º 166/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo. A pesar de ello, se lleva un control de algunos de los contaminantes contemplados en el Anexo II de este Reglamento debido a otras regulaciones a las que la compañía sí está obligada. Estos contaminantes se enumeran en la tabla siguiente, con las unidades proporcionadas por la entidad externa con el fin de verificar que no se superen los umbrales legales.

Emisiones a la atmósfera por contaminante

NOX (mg/Nm³)	2024	2025	2024/2025
Alcalá	133,0	130,1	(2%)
Vacarisses (flujo 1)	197,2	197,2	—%
Vacarisses (flujo 2)	175,9	119,2	(32%)

²³ Información adicional disponible en el anexo metodológico.

CO (mg/Nm ³)	2024	2025	2024/2025
Alcalá	12,0	45,1	276%
Vacarisses (flujo 1)	13,9	14,0	1%
Vacarisses (flujo 2)	26,1	5,7	(78%)

Metro cúbico normal: unidad utilizada habitualmente para medir el volumen de gases en condiciones “normales”.

Los controles en las fuentes de combustión de las calderas de las plantas de producción de Alcalá de Henares y Vacarisses los ha llevado a cabo una entidad externa, siguiendo la metodología establecida para cumplir con la normativa vigente. Las emisiones de NOx se han reducido gracias a la sustitución de una caldera usada en el proceso de producción en Vacarisses por una de menores dimensiones y mayor eficiencia, según se detalla más arriba. Se observa un incremento de las emisiones de CO debido a un problema de mala combustión de la caldera de gas natural de Alcalá de Henares, cuya sustitución está prevista.

Información adicional
 E2-5 | E2-6

Puig no produce, usa, distribuye, comercializa ni importa/exporta sustancias clasificadas como extremadamente preocupantes.

En cuanto a las sustancias preocupantes, la disponibilidad de información sistemática y de alta calidad a lo largo de la cadena de valor está evolucionando aún, y los conceptos a nivel de la UE en esta área se están refinándose. Como consecuencia, no es viable la divulgación total de información. Cualquier sustancia de este tipo, en caso de estar presente, representaría unas cantidades residuales. Se siguen monitorizando estrechamente los desarrollos, reforzando los sistemas de recogida de datos y colaborando con los distintos actores para asegurar que se ofrece información cada vez más sistemática y sólida en el futuro.

No se produjeron incidentes ni depósitos importantes en 2025 ni 2024.

E3

Recursos hídricos y marinos

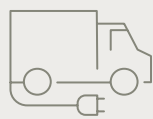
IROs materiales relacionados con los recursos hídricos y marinos
 SBM-3



Actividad upstream



Operaciones propias



Actividad downstream

- I -
 La extracción de agua o la gestión inadecuada de su uso, especialmente en una zona con escasez de agua, puede reducir aún más su disponibilidad, lo que genera un impacto negativo en las comunidades locales y los ecosistemas.
- R
 La falta de suministro de agua debido a la escasez de agua en una región donde se encuentra una planta de producción puede alterar las operaciones, lo que tiene un impacto financiero significativo para Puig.

Tipología IRO
Materialidad de impacto
 I+ Positivo
 I- Negativo

Materialidad financiera
 R Riesgo
 O Oportunidad

Con los recursos hídricos mundiales bajo una gran presión, **Puig** reconoce la necesidad de gestionar y conservar el agua de manera responsable, dada su importancia en las operaciones y los productos.

Puig monitorea atentamente la eficiencia en el uso del agua y adopta medidas proactivas para reducir su huella hídrica, por ejemplo a través del proyecto Dry Factory.

Información adicional sobre IROs materiales

IRO-1

Los impactos, riesgos y oportunidades materiales de **Puig** en relación con el agua se identificaron en el análisis de doble materialidad, basado en tres áreas clave:

- **Riesgo de escasez de agua:** evaluación de la exposición en regiones con estrés hídrico.
- **Impacto en la cadena de valor:** evaluación de las dependencias y presiones a lo largo de la cadena de suministro, incluyendo consultas con comunidades potencialmente afectadas mediante representantes o portavoces.
- **Cumplimiento regulatorio:** aseguramiento de la alineación con la normativa cambiante relacionada con el agua.

Dado que **Puig** no extrae agua de mar, la evaluación se centra exclusivamente en la gestión del agua dulce.

Para garantizar la inclusión y la relevancia, **Puig** realizó amplias consultas con grupos de interés clave dentro de la compañía, actuando como representantes indirectos de grupos de interés externos, considerando aquellos:

- Ubicados en áreas sensibles al agua, donde la disponibilidad del recurso constituye una preocupación clave.
- Involucrados en la cadena de valor de **Puig**, especialmente en áreas donde el uso del agua tiene un impacto significativo.
- Que trabajan en centros de producción con uso intensivo de agua, proporcionando información directa sobre prácticas operativas y posibles riesgos.

Políticas

E3-1

Política del Agua²⁴

Refleja el compromiso de la compañía con el monitoreo y la evaluación de su rendimiento hídrico y la adopción de medidas para minimizar su huella de agua. También muestra cómo Puig gestiona sus impactos, riesgos, oportunidades y dependencias en relación con los recursos hídricos en todas sus operaciones directas y su cadena de valor

Pilares fundamentales:

- En todas las instalaciones de Puig, se trabaja en reducir los vertidos de agua, disminuir la intensidad de extracción y prevenir la contaminación hídrica
- La empresa se abastece de materiales que mejoran el entorno natural y diseña de manera responsable, monitoreando el uso del agua durante todo el ciclo de vida del producto con el fin de identificar dónde es mayor el consumo
- Colaboración con los proveedores y consumidores para usar el agua de manera responsable

- **Puig** invierte en tecnologías de uso eficiente del agua e incorpora sistemas de tratamiento y reutilización en los procesos de circuito cerrado de sus instalaciones para garantizar una gestión hídrica eficaz. Además, **Puig** integra criterios de gestión hídrica en el proceso de toma de decisiones de todos los proyectos nuevos.
- La política también describe acciones específicas implementadas para reducir la extracción de agua y prácticas de gestión hídrica circular, concretamente en los centros ubicados en áreas de riesgo hídrico.

²⁴ Cuando se habla de consumo en la Política del Agua de **Puig**, el término se refiere a lo que se considera extracción de agua según la definición establecida por las Normas Europeas de Informes de Sostenibilidad.

Acciones

E3-2

Puig ha identificado un centro de producción ubicado en una zona de riesgo hídrico: la planta de producción de Vacarisses en España. En esta planta de producción se han producido restricciones de agua en los últimos años, lo que ha limitado su extracción de agua. El proyecto Dry Factory, que se lanzó en 2024 y entró en pleno funcionamiento a principios de 2025, tiene como objetivo reducir la extracción de agua en un 40 % y disminuir los vertidos de agua industrial. Es el mayor proyecto de **Puig** en materia de gestión hídrica, diseñado para alcanzar el 100 % de reutilización de las aguas residuales industriales mediante un sistema de circuito cerrado. Las aguas residuales se regeneran como agua de ósmosis inversa, que se utiliza para mantenimiento, limpieza y servicios generales, asegurando la calidad del agua. La puesta en marcha de este proyecto permitió regenerar 3.400 m³ de agua, hasta octubre de 2025.

Utilizando la herramienta Aqueduct Water Risk Atlas creada por el World Resources Institute, **Puig** también ha identificado tres centros de producción ubicados en zonas de alto estrés hídrico: la planta de producción de Alcalá de Henares en España, la planta de producción de Kama Ayurveda en India (Coimbatore) y la planta de producción de Apivita en Markopoulo (Grecia).

En 2025, en la planta de producción de Alcalá de Henares, **Puig** realizó varios ensayos técnicos para examinar la viabilidad de regenerar las aguas residuales y destinarlas a riego y procesos industriales y reutilizar el agua para fines de limpieza. Como parte de su monitoreo continuo del rendimiento hídrico, **Puig** ha puesto en marcha un proyecto para identificar los consumos de agua no contabilizados y permitir así la detección de pérdidas de agua y usos no autorizados en la planta de producción.

También en 2025, en la planta de producción de Kama Ayurveda, **Puig** puso en marcha dos proyectos principales de ahorro de agua. El primero consistió en la recogida y la recirculación del agua de drenaje de los procesos del laboratorio, y tuvo como resultado una reducción aproximada de las extracciones totales de agua de 0,2 m³ por día. El segundo fue la optimización del funcionamiento de la planta de tratamiento de aguas residuales, que resultó en un ahorro de 190 m³ anual. Además, Kama Ayurveda obtuvo la certificación LEED, lo que refuerza su compromiso con la eficiencia hídrica. Véase [Medioambiente](#), [Contaminación](#).

En la planta de producción de Apivita, **Puig** reforzó las prácticas de eficiencia hídrica mediante la mejora de los sistemas de monitoreo y la optimización de los procesos de limpieza. El centro implementó un marco integral de monitoreo del consumo de agua mediante la instalación de seis medidores de caudal electromagnéticos completamente integrados en el Sistema de Gestión de Edificios (BMS, por sus siglas en inglés), lo que permitió la supervisión en tiempo real, la recogida precisa de datos y la detección temprana de anomalías como fugas o patrones de consumo inusuales. En el área de producción, se instalaron contadores de agua en los seis reactores, en apoyo del rediseño del proceso de limpieza. Mediante la integración de la medición automatizada para el suministro de agua municipal y los protocolos de limpieza actualizados, el centro logró una reducción del 30% en el uso de agua durante la primera fase de limpieza del reactor. Se lograron mejoras adicionales de la eficiencia en el departamento de llenado con la instalación de un sistema de limpieza in situ (CIP, por sus siglas en inglés) para las bombas de transferencia a granel. La implementación de este nuevo sistema dio como resultado una reducción del 50% en la

extracción de agua por bomba y una disminución del 40% en el tiempo total de lavado.

En 2025, **Puig** estimó su huella de agua conforme a la norma internacional ISO 14046, aplicando un enfoque basado en el ciclo de vida para evaluar los impactos ambientales asociados al uso del agua en todas las operaciones y la cadena de valor. Este análisis proporcionó resultados clave, como el agua total consumida y devuelta al medioambiente, la ponderación de los indicadores por escasez de agua, los impactos relacionados con la calidad y la distribución geográfica del uso del agua. De cara al futuro, el cálculo de la huella de agua permitirá a **Puig** formular una estrategia de respuesta y fijar objetivos claros para reducirla, prestando especial atención a aquellas áreas donde los problemas de escasez y contaminación son más críticos.

Objetivos y métricas

E3-3

Objetivos de la Agenda ESG 2030²⁵

(los objetivos N/A no tienen valor base; el año base identifica únicamente el inicio del plan)

Objetivo	Valor base	Año base	Año objetivo	Progreso 2025	Objetivo
Reducción del 40% en la extracción de agua en las fábricas	83.933	2022	2030	6%	40%



El objetivo hídrico de **Puig** está alineado con los compromisos establecidos en la Política del Agua de **Puig**, que busca minimizar el impacto medioambiental y reducir la extracción de agua en todas sus operaciones. La compañía ha definido objetivos globales de gestión hídrica que son aplicables a todos sus centros, independientemente de su ubicación.

Globalmente, la extracción de agua en plantas de producción de **Puig** ha disminuido en comparación con el valor base, debido principalmente al proyecto Dry Factory en la planta de producción de Vacarisses, que empezó a ser plenamente operativo en 2025. Además, otros factores que contribuyen a estas reducciones son las acciones de eficiencia hídrica adicionales implementadas en las plantas de producción de Alcalá de Henares, Kama Ayurveda y Apivita (según se detalla más arriba).

Extracción de agua

E3-4

Desempeño en la extracción de agua²⁶

	2024	2025	2025/2024
Total	151.690,21	168.752,34	11%

Las extracciones de agua en total aumentaron en 2025. Esto se explica principalmente por el cambio en el alcance de los informes. En 2025, se

²⁵ Información adicional disponible en el anexo metodológico.
²⁶ Información adicional disponible en el anexo metodológico.

incluyeron por primera vez en los informes las extracciones de agua del Centro Termal Terapéutico de Uriage, que representaron un consumo total de 39.516m³.

En términos orgánicos, excluyendo estos datos de extracción de agua de Uriage recién incluidos en los informes, el total de 2025 habría disminuido un 14,80% en comparación con 2024. Esta reducción refleja los esfuerzos continuos de la compañía por mejorar la eficiencia hídrica y reducir el consumo global de agua en todas sus operaciones.

Extracción de agua en zonas de riesgo hídrico y de estrés hídrico alto

	2024	2025	2025/2024
Vacarisses (riesgo hídrico)	19.109	13.252	(31%)
Apivita (alto estrés hídrico)	13.455	13.300	(1%)
Alcalá (alto estrés hídrico)	N/A	14.854	N/A
Kama (alto estrés hídrico)	N/A	2.617	N/A

Cuatro centros de fabricación operan en zonas de riesgo hídrico o de estrés hídrico alto. Se han identificado riesgos relacionados, que se gestionan a través de medidas de eficiencia, supervisión y reducción del impacto hídrico (consulte las acciones detalladas más arriba).

E4

Biodiversidad y los ecosistemas

IROs materiales relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas SBM-3



Actividad upstream

- I - Las prácticas agrícolas y mineras para cosechar y extraer determinadas materias primas pueden contribuir a la conversión de tierras, la deforestación y la erosión del suelo, provocando pérdida de biodiversidad.
- R El uso de ciertas materias primas de origen natural puede presentar riesgos reputacionales y regulatorios debido a su impacto en la biodiversidad, lo que podría generar posibles efectos financieros negativos para Puig.
- R Los problemas o la escasez en el abastecimiento de materias primas pueden provocar la detención de las líneas de producción, lo que daría como resultado una disminución significativa o incluso la detención total de la producción.



Operaciones propias



Actividad downstream

Tipología IRO

Materialidad de impacto

I+ Positivo

I- Negativo

Materialidad financiera

R Riesgo

O Oportunidad

Puig integra la naturaleza en cada etapa de su cadena de valor: desde la colaboración con proveedores y la trazabilidad hasta el diseño, la producción y el final de la vida útil del producto, gestionando sus instalaciones de manera responsable y fomentando alianzas sólidas.

La compañía trabaja para reducir impactos negativos, fortalecer la resiliencia y generar resultados positivos para la naturaleza. Guiada por marcos de trabajo globales y políticas internas, la compañía protege los recursos naturales y crea productos que respetan el planeta y a sus comunidades.

Información adicional sobre IROs materiales

Más allá de su análisis de doble materialidad, la compañía lleva a cabo un análisis alineado con la TNFD utilizando el enfoque LEAP (Localiza, Evalúa, Analiza y Prepara) para identificar sus impactos y dependencias relacionados con la naturaleza y los servicios ecosistémicos, así como para determinar los riesgos y oportunidades asociados.

Este ejercicio profundiza en la comprensión que tiene **Puig** de su relación con la naturaleza. A partir de este análisis, se han identificado los siguientes DIROs (Dependencias, Impactos, Riesgos y Oportunidades).

Dependencias identificadas

- **Servicios ecosistémicos de aprovisionamiento:** Los actores de las operaciones upstream dependen de un suministro constante de agua dulce y de la provisión de biomasa.
- **Servicios ecosistémicos de regulación y mantenimiento:** Como la polinización, la purificación del agua, el flujo hídrico y la regulación del clima.

No se identificaron dependencias materiales para las operaciones propias.

Impactos identificados

- **Contaminación de los sistemas de suelo y agua:** Incluye escorrentía de nutrientes, lixiviación de agroquímicos, efluentes de fábricas y descargas de aguas residuales industriales.
- **El cambio de uso del suelo y la conversión de ecosistemas:** La conversión a gran escala para plantaciones, áreas de cosecha o extracción de recursos genera pérdida y fragmentación de hábitats, además de disminución de la biodiversidad.
- **Emisiones atmosféricas:** Las actividades industriales y de procesamiento *upstream* con alta intensidad energética pueden generar cantidades significativas de contaminantes atmosféricos, tanto GEI (gases de efecto invernadero) como otros gases. Estas emisiones contribuyen al cambio climático y a la degradación de la calidad del aire local.
- **Uso del agua y presión hidrológica:** Una demanda elevada o estacional de agua asociada a la agricultura y al procesamiento industrial puede contribuir al estrés hídrico.

No se identificaron impactos materiales en las operaciones propias.

Riesgos identificados

- **Reducción de la disponibilidad de agua dulce debido al aumento del estrés hídrico y a las condiciones de sequía:** Las operaciones propias en regiones con estrés hídrico pueden tener limitaciones de acceso al agua dulce debido al aumento de la frecuencia de sequías.
- **Daños a la infraestructura y interrupciones en la cadena de suministro debido a fenómenos meteorológicos extremos:** Una mayor variabilidad climática puede aumentar la frecuencia y la intensidad de tormentas, inundaciones y otros riesgos, lo que podría afectar a los centros de producción y a las redes logísticas.
- **Mayor incertidumbre en el abastecimiento y volatilidad de precios:** Las interacciones entre el cambio climático y otros factores de pérdida de biodiversidad pueden aumentar la vulnerabilidad de las cadenas de suministro de ingredientes naturales al estrés hídrico, las inundaciones, las temperaturas extremas y las plagas.

Oportunidades identificadas

- Refuerzo de las alianzas con proveedores y de la trazabilidad para mejorar el cumplimiento, la resiliencia de la cadena de suministro, el rendimiento en sostenibilidad y la diferenciación del producto.
- **Eficiencia en el uso del agua y la fabricación circular:** Los centros de producción, especialmente en regiones con estrés hídrico, pueden beneficiarse de inversiones en sistemas de agua de circuito cerrado, tecnologías de detección de fugas y reutilización de aguas residuales.
- Restauración directa, conservación del paisaje y gestión del territorio con impacto positivo en la naturaleza para reducir el riesgo en operaciones upstream mediante el mantenimiento de rendimientos estables y una calidad de producto consistente.

Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos

SBM-3 | IRO -1

Las operaciones incluyen plantas de producción, almacenes, oficinas y tiendas *retail*, siendo las plantas de producción y las oficinas centrales los lugares más relevantes para las evaluaciones de biodiversidad.

Para identificar las ubicaciones prioritarias dentro del marco de la TNFD, se realizó un análisis con dos partes: una evaluación de sensibilidad del ecosistema y una evaluación de materialidad. La revisión de sensibilidad evaluó el estado de la naturaleza en ubicaciones clave utilizando los siguientes criterios:

- Áreas de biodiversidad relevantes; y/o
- Áreas con alta integridad ecosistémica; y/o
- Áreas con deterioro rápido de la integridad ecosistémica; y/o
- Áreas con riesgo físico alto relacionado con el agua;
- Áreas con alta prestación de servicios ecosistémicos.

El análisis de materialidad evalúa el alcance, la escala y la gravedad de los impactos y las dependencias.

Esta evaluación concluyó que las ubicaciones prioritarias para las operaciones propias de **Puig** son las plantas de producción de Vacarisses, Alcalá de Henares y Markopoulo.

En el análisis alineado con TNFD de 2025, **Puig** utilizó análisis geoespaciales para identificar zonas sensibles en cuanto a la biodiversidad cercanas a sus emplazamientos, cruzando las coordenadas de los emplazamientos con bases de datos de áreas protegidas globales y locales. Se aplicó un radio de 1 km para evaluar la proximidad a zonas sensibles, sustituyendo la metodología utilizada en 2024. Este ajuste se llevó a cabo para ofrecer una representación más precisa de los posibles impactos, teniendo en cuenta la naturaleza de las actividades de **Puig** y las referencias del IBAT (Integrated Biodiversity Assessment Tool).

Aunque las plantas de producción de **Puig** no se encuentran dentro de áreas sensibles en cuanto a la biodiversidad, dos de sus emplazamientos están situados cerca de ellas. Tras las fases de Localizar y Evaluar del enfoque LEAP, no se identificaron impactos materiales relacionados con estos centros de fabricación ni con ninguno de los emplazamientos propios de **Puig**.

Plan de transición

E4-1

Dada la naturaleza y la huella de sus instalaciones, la probabilidad de interacción con hábitats de especies amenazadas se considera muy baja.

Puig evalúa la resiliencia de su modelo de negocio frente a los riesgos relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas mediante un Análisis de Doble Materialidad complementado con el enfoque LEAP de la TNFD. Este análisis integrado identifica los riesgos relacionados con la naturaleza en sus operaciones y en la cadena de valor de las operaciones upstream, considerando riesgos físicos, de transición y sistémicos para garantizar una evaluación completa de los posibles impactos en el modelo de negocio y la estrategia.

La evaluación de riesgos considera la magnitud y la probabilidad para determinar los niveles de riesgo e incorpora supuestos sobre la pérdida global continua de biodiversidad, la degradación de los ecosistemas, el deterioro de los servicios ecosistémicos y sobre el aumento de los requisitos de transparencia y del escrutinio de los grupos de interés.

Esta evaluación tiene como objetivo analizar la resiliencia frente a estos riesgos, identificar vulnerabilidades y establecer medidas para mitigarlas o adaptarse a los retos emergentes.

Como parte de este proceso, **Puig** analizó más de 40 materias primas en su cadena de valor de las operaciones *upstream* e identificó materias primas prioritarias basándose en la materialidad de impactos y dependencias, el volumen de compra, la relevancia para el negocio y las condiciones de los ecosistemas. Para estas materias primas, **Puig** llevó a cabo un análisis detallado que examinó las vías de impacto y dependencia, evaluó las condiciones de los ecosistemas e identificó posibles riesgos y acciones preventivas y de mitigación.

Los resultados confirman que la biodiversidad y la integridad de los ecosistemas son aspectos cruciales para el negocio, impulsados por crecientes presiones de transición —una regulación más estricta, las cambiantes expectativas de mercado y un mayor escrutinio de la cadena de suministro—, así como por riesgos físicos significativos. Entre ellos se incluyen las alteraciones climáticas que afectan a los ingredientes naturales, el deterioro de servicios ecosistémicos como la polinización, la fertilidad del suelo y la disponibilidad de agua dulce, y una mayor exposición de las operaciones a la escasez de agua, la contaminación, los fenómenos meteorológicos extremos y la degradación ambiental.

Como conclusión, el análisis de resiliencia muestra que la estrategia y el modelo de negocio de **Puig** son sólidos, pero afrontan desafíos clave que requieren adaptación.

Procesos para identificar y evaluar aspectos materiales de biodiversidad

SBM-3 | IRO -1

El análisis de doble materialidad tuvo en cuenta las perspectivas de las comunidades para todos los temas evaluados mediante consultas con representantes. No se realizaron consideraciones específicas adicionales más allá del proceso general descrito. Véase Información general, Análisis de doble materialidad.

Además, **Puig** ha seguido las recomendaciones de la TNFD utilizando el enfoque LEAP para evaluar los impactos y dependencias respecto a la naturaleza y los servicios ecosistémicos, así como para identificar los riesgos y oportunidades asociados. La evaluación consideró tres horizontes temporales: corto plazo (0-5 años), medio plazo (5-10 años) y largo plazo (+10 años).

El enfoque LEAP se estructura en cuatro fases clave: Localizar, Evaluar, Analizar, y Prepararse para responder y reportar.

Localizar y evaluar

Puig revisó todas las dependencias de servicios ecosistémicos y los posibles impactos relacionados con la naturaleza en sus plantas de producción, oficinas principales y actividades.

También se analizaron más de 40 materias primas de la cadena de valor *upstream*, evaluando impactos y dependencias en tres etapas del ciclo de vida: extracción o cultivo, transformación primaria y fabricación.

De esta lista, se priorizaron 10 materias primas para un análisis detallado. Para este grupo, **Puig** trazó las vías de impacto y dependencia a lo largo de las etapas del ciclo de vida, evaluó indicadores del estado de la naturaleza del WWF Biodiversity Risk Filter en las regiones clave de abastecimiento e identificó riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza vinculados a las condiciones ambientales, la regulación y la dinámica de la cadena de suministro.

Evaluar

Se identificaron riesgos físicos y de transición específicos de cada materia prima, que se integraron en la evaluación más amplia de las operaciones directas y de las cadenas de suministro *upstream*, dando como resultado una lista preliminar de riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza en toda la cadena de valor.

Este análisis técnico estuvo basado en la exposición, la sensibilidad, la probabilidad, la gravedad y la capacidad de gestión, lo que dio como resultado un conjunto estructurado de riesgos y oportunidades materiales categorizados por tipo de riesgo, geografía, etapa de la cadena de valor y horizonte temporal.

Políticas

E4-2

Tal como se establece en el Código Ético de **Puig** y reforzado por su participación en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, **Puig** se compromete a un crecimiento responsable y sostenible, la protección del medioambiente, el respeto a las comunidades y la defensa de la integridad, la transparencia y responsabilidad. Por ello, trabaja con socios que comparten estos compromisos y que demuestran prácticas responsables a lo largo de sus propias cadenas de suministro.

Código de Conducta para Proveedores

Define el enfoque de Puig en lo que se refiere a gestionar y abordar los impactos, dependencias, riesgos y oportunidades de su cadena de suministro

Pilares fundamentales:

- Establece los requisitos mínimos en materia medioambiental, social y de gobernanza que deben cumplir los proveedores al llevar a cabo actividades para Puig o en su nombre.
- Los proveedores deben cumplirlo y garantizar que sus propios subcontratistas mantengan estándares similares.

• Véase Social, Las personas en la cadena de valor, Políticas.

Política de abastecimiento responsable

Define las expectativas de Puig para el abastecimiento responsable de determinados materiales e ingredientes, así como la lista de materiales prohibidos en todos los productos.

- La Política aborda los riesgos medioambientales y sociales estableciendo requisitos específicos de abastecimiento y promoviendo la trazabilidad en la cadena de suministro.
- Para apoyar el bienestar animal y la biodiversidad, también incluye materiales prohibidos y compromisos para certificar determinadas materias primas.
- Véase Social, Las personas en la cadena de valor, Políticas.

Política Forestal

Establece el enfoque de la compañía para conservar la biodiversidad y proteger los ecosistemas mediante diferentes líneas de acción

Pilares fundamentales:

- Promover la circularidad de los productos
- Utilizar ingredientes y materiales certificados
- Implementar prácticas de agricultura regenerativa en la cadena de suministro
- Garantizar cero deforestación en la cadena de suministro
- Aumentar la trazabilidad de materiales e ingredientes
- Colaborar con proveedores para asegurar que se adhieren a las mejores prácticas de sostenibilidad e implementar acciones conjuntas en biodiversidad y naturaleza

- La Política consolida los esfuerzos para prevenir la deforestación y la degradación del suelo, que pueden afectar a las comunidades locales. También promueve la colaboración con las comunidades en actividades de reforestación y agricultura sostenible a lo largo de la cadena de valor.

Política de agua

Establece el enfoque de Puig para gestionar los impactos, dependencias, riesgos y oportunidades relacionados con el agua en sus operaciones directas y en la cadena de valor.

- Incluye el seguimiento del rendimiento hídrico y la adopción de medidas para reducir la huella hídrica de la compañía y contribuir a la preservación de los recursos hídricos y los ecosistemas en toda la cadena de valor.
- Véase Medioambiente, Recursos hídricos y marinos, Políticas.

Acciones

E4-3

Puig se compromete a preservar el equilibrio de la naturaleza y generar un impacto positivo en la biodiversidad, en línea con el Marco Global de Biodiversidad de Kunming-Montreal.

Integra consideraciones sobre la naturaleza a lo largo de toda su cadena de valor, desde la relación con proveedores y la trazabilidad hasta el diseño de productos, la gestión de instalaciones y las colaboraciones externas.

Compromiso con proveedores y trazabilidad

La trazabilidad de las materias primas es clave para avanzar en la conservación de la naturaleza. Mapear las cadenas de suministro y comprender la complejidad de los materiales es esencial para evaluar impactos, dependencias, riesgos y oportunidades.

Dado que cada cadena de valor es única, **Puig** trabaja con los proveedores para garantizar un abastecimiento responsable. Obtener visibilidad hasta el nivel de la explotación agrícola o minera ayuda a construir cadenas de suministro resilientes y responsables, y favorece impactos positivos en la actividad *upstream*.

A través de diversas iniciativas y certificaciones, **Puig** amplía la visibilidad de su cadena de suministro para gestionar sus impactos sobre la naturaleza. Por ejemplo, prioriza el uso de papel y cartón certificados FSC, lo que contribuye a mantener, restaurar y proteger los servicios ecosistémicos, evitando o mitigando daños ambientales.

En línea con su objetivo de abastecerse al 100% de aceite de palma y derivados certificados por la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés), **Puig** reforzó esta ambición convirtiéndose en miembro oficial de la RSPO en 2025.

El mapeo de la cadena de valor y la participación de los grupos de interés son pasos esenciales para cumplir con normativas como la Regulación de la UE sobre Deforestación (EUDR). **Puig** también ha desarrollado una plataforma interna para gestionar datos de materias primas y priorizar acciones con proveedores. Esta herramienta ayuda a hacer seguimiento tanto de materias primas de alto impacto como de otras que son relevantes por sus dependencias de la naturaleza.

Ecodiseño

Desde las primeras fases de diseño, **Puig** considera 16 categorías de impacto medioambiental utilizando la Huella Ambiental de Producto (PEF) de la herramienta SPICE²⁷. Los equipos de ecodiseño y packaging estiman los posibles impactos de los materiales de envasado y seleccionan las opciones más adecuadas. Los indicadores PEF incluyen uso de recursos, uso del suelo, ecotoxicidad, eutrofización e impactos en agua dulce.

Puig apoya la biodiversidad y los ecosistemas alineándose con los principios de la química verde y desarrollando productos más sostenibles. Prioriza ingredientes de origen biológico y natural, sustituyendo parabenos, sulfatos y ftalatos por alternativas más seguras. **Puig** también desarrolla formatos que reducen el uso de agua, como los perfumes sólidos, garantizando al mismo tiempo que todos los productos cumplan con los más altos estándares de seguridad para el consumidor.

²⁷ SPICE: por sus siglas en inglés, Sustainable Packaging Initiative for Cosmetics

Instalaciones

En julio de 2022, Apivita comenzó a rediseñar el Jardín Botánico Apivita, creado en 2013, para mejorar su ecosistema “compatible con abejas y polinizadores” mediante agroecología y flora local. El proyecto también busca educar a los visitantes, mejorar la experiencia en el jardín y apoyar su acreditación continua dentro de la red Botanical Garden Conservation International.

Al añadir alrededor de 200 especies vegetales, Apivita amplió las opciones de forrajeo para abejas y otros polinizadores y atrajo más insectos beneficiosos, aves y fauna silvestre. Un elemento destacado del jardín es el hotel de insectos “Air Bee’n’Bee”, construido con materiales naturales y reciclados siguiendo principios de economía circular.

En 2025, al transformar el espacio en el Apivita Bee Botanical Garden, la marca introdujo “corredores ecológicos” para polinizadores con el fin de proteger especies y apoyar la producción de alimentos. El jardín incluye ahora elementos temáticos, como un pequeño viñado ecológico y huertos estacionales, que muestran el papel esencial de las abejas y otros polinizadores en la nutrición y la seguridad alimentaria mundial.

Colaboraciones

Puig continúa apoyando iniciativas de agroecología entre sus proveedores de alcohol, incluidos proyectos que ayudan a la industria de la remolacha azucarera a avanzar hacia la agricultura regenerativa mediante la rotación de cultivos, cultivos de cobertura y la reducción del uso de agua y nitrógeno. **Puig** también respalda el “Billion Bees Program” de Apivita, que en 2025 contribuyó a generar más de 5.000 millones de abejas. Desarrollado junto con 1% for the Planet, el programa se centra en restaurar las poblaciones de abejas melíferas y sensibilizar sobre su papel esencial en la biodiversidad y la vida.

El Billion Bees Program, financiado exclusivamente con el 1% de las ventas globales de determinadas gamas icónicas de productos de Apivita, se está implementando actualmente en 13 países a través de la colaboración con organizaciones medioambientales sin ánimo de lucro asociadas a 1% for the Planet. En 2025, el programa se introdujo en Serbia, Chipre, Croacia, Bulgaria, Malta, Eslovenia y Colombia.

El impacto del programa, medido mediante un análisis de Retorno Social de la Inversión (SROI) basado en su teoría del cambio, se estimó en 4,17 € de valor generado por cada 1 € invertido por Apivita.

La preservación del ciclo del agua de los Alpes es un pilar central de la estrategia medioambiental de Uriage. Durante los últimos cuatro años, Uriage ha donado el 1% de los ingresos de su gama Bariésun a asociaciones certificadas por 1% for the Planet. Juntos trabajan para proteger etapas clave de este ciclo vital del agua en los Alpes.

- Mountain Riders trabaja para lograr el residuo cero en los entornos de montaña mediante la sensibilización y la colaboración con actores locales. En 2025, sus esfuerzos se centraron en proteger los glaciares de la contaminación vinculada a la actividad humana.
- El Conservatoire d’Espaces Naturels de l’Isère coordina iniciativas para preservar los humedales de la cordillera de Belledonne.
- La Water Family Association educa a niños y profesionales sobre la protección del ciclo del agua mediante programas específicos para escuelas y empresas en Francia.

- Rivières Sauvages trabaja para salvaguardar los últimos ríos salvajes que quedan en Francia, garantizando su integridad ecológica.
- La Tara Ocean Foundation realiza expediciones científicas por mares y océanos para mejorar el conocimiento de los ecosistemas marinos y sensibilizar sobre los desafíos a los que se enfrentan.

Puig no ha utilizado compensaciones de biodiversidad en su plan de acción.

El conocimiento de comunidades indígenas y locales ha sido incorporado en la definición de acciones a través de consultas con representantes indirectos (proxies).

Objetivos y métricas

E4-4 | E4-5

Objetivos de la Agenda ESG 2030²⁸

(los objetivos N/A no tienen valor base; el año base solo identifica el inicio del plan)

Objetivos		Capa de Mitigación	Año base	Valor base	Año objetivo	Progreso 2025	Objetivo
100 % de las materias primas clave certificadas o procedentes de programas de agricultura regenerativa:	Papel y cartón con FSC	Evitación	2022	N/A	2030	94%	100%
	Alcohol con SAI o procedente de programas de agricultura regenerativa	Evitación	2022	N/A	2030	100%	100%
	Aceite de palma y derivados con RSPO	Evitación	2022	N/A	2030	99%	100%
100% materias prima clave con cero deforestación en la cadena de suministro		Evitación	2022	N/A	2030	Metodología en desarrollo.	

Alcance
 Fragancias Fragancias y Cuidado de la piel Fragancias, Cuidado de la piel y Maquillaje Global

Todos los objetivos se establecen en línea con la Política Forestal y la Política de Abastecimiento Responsable de **Puig**, lo que pone de relieve el trabajo de la compañía en materia de trazabilidad, compromiso con proveedores y abastecimiento responsable.

En 2025, todo el alcohol adquirido directamente por **Puig** estaba certificado por SAI y/o procedía de programas de agricultura regenerativa, alcanzando así su objetivo para 2030 cinco años antes.

A finales de 2025, las métricas establecidas relacionadas con la biodiversidad y los cambios en los ecosistemas son aquellas directamente vinculadas a los objetivos descritos anteriormente.

²⁸ Información adicional disponible en el anexo metodológico.

E5

Uso de los recursos y economía circular

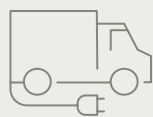
IROs materiales relacionados con la economía circular
 SBM-3



Actividad upstream



Operaciones propias



Actividad downstream

- O

Al diseñar productos sostenibles e innovadores alineados con los principios de la circularidad, **Puig** puede atraer a nuevos consumidores y responder a la creciente demanda de productos sostenibles, lo que repercute positivamente en los ingresos.
- O

La introducción de productos innovadores y sostenibles, en consonancia con las nuevas normativas de economía circular, puede atraer a nuevos consumidores, reducir riesgos regulatorios y costes reputacionales, y aumentar la rentabilidad.
- O

Al diseñar productos sostenibles e innovadores alineados con los principios de la circularidad, **Puig** puede atraer a nuevos consumidores y responder a la creciente demanda de productos sostenibles, lo que repercute positivamente en los ingresos.
- O

Invertir en estrategias de gestión de residuos —como la reducción en su generación, el tratamiento y la eliminación eficaces, así como el reciclaje y la recuperación— puede generar ahorro de costes a largo plazo y reducir el riesgo de sanciones regulatorias.

Tipología IRO

Materialidad de impacto

I+ Positivo

I- Negativo

Materialidad financiera

R Riesgo

O Oportunidad

Puig impulsa la circularidad y la gestión de residuos a través de tres pilares: el diseño de productos sostenibles, unas operaciones responsables centradas en el reciclaje y la reducción de residuos, y la colaboración a lo largo de toda la cadena de valor.

Estos esfuerzos se alinean con los reglamentos y tienen como objetivo reducir los impactos medioambientales en todas las etapas.

Políticas

E5-1

Política de gestión de residuos y circularidad

Define el marco para gestionar sus impactos, dependencias, riesgos y oportunidades relacionados con los residuos y la economía circular en sus operaciones directas y a lo largo de toda la cadena de valor.

Pilares fundamentales:

- Diseño y aprovisionamiento de productos sostenibles, promoviendo el uso de recursos renovables y reciclados.
- Operaciones responsables que priorizan el reciclaje y la reducción de residuos en los centros de la compañía.
- Colaboración a lo largo de la cadena de valor para fomentar la correcta eliminación y la reintegración de materiales.

Acciones

E5-2

Puig integra los principios de la economía circular en diversas áreas de trabajo, abarcando toda la cadena de valor, desde el diseño del producto hasta la fabricación y la gestión del final de su vida útil.

Puig sigue consolidando su enfoque de circularidad en productos y operaciones, integrando principios de sostenibilidad en la cadena de valor para minimizar la generación de residuos, tanto en las operaciones propias como en las fases finales de vida del producto, facilitando su reciclaje.

Ingredientes de origen natural

Desde las primeras etapas, **Puig** diseña sus productos bajo principios de circularidad, incorporándolos tanto en las formulaciones como en los envases.

Puig está reforzando su compromiso con la economía circular al aumentar de forma significativa el uso de ingredientes de origen natural y biológico en sus formulaciones cosméticas. Siempre que sea técnicamente viable, **Puig** aspira a desarrollar formulaciones que contengan al menos un 90 % de ingredientes de origen natural. De forma paralela, la compañía está reduciendo activamente su dependencia de materiales derivados de combustibles fósiles mediante la ampliación del uso de alternativas de base biológica.

Al integrar estos principios en su estrategia de innovación y aprovisionamiento, **Puig** impulsa la circularidad de sus productos y refuerza su compromiso con el uso responsable de los recursos, la innovación sostenible y una gestión medioambiental medible.

Envases ecodiseñados

La estrategia de ecodiseño de **Puig** sigue un enfoque de ciclo de vida completo. Al diseñar un nuevo producto cosmético, la compañía utiliza la herramienta SPICE, una plataforma científica basada en datos que mide la huella medioambiental de los envases cosméticos. Esta herramienta permite a los equipos que diseñan los envases comparar materiales e integrar la sostenibilidad en la toma de decisiones.

Siguiendo la jerarquía de residuos, **Puig** activa varios mecanismos para acelerar las soluciones de envasado circular. El primer paso en la prevención de residuos es minimizar el volumen y el peso de los materiales de los envases. Un ejemplo de ello fue el cambio de una caja rígida a una caja plegable para la colección de fragancias Trade Routes de Penhaligon's, lo que permitió reducir el peso en un 59%.

Para impulsar la reutilización de envases, en los últimos años **Puig** ha incorporado formatos rellenables en la mayoría de sus nuevos

lanzamientos de productos. Los sistemas recargables suelen consistir en un recambio que el consumidor puede adquirir en tienda o en línea. Además, la marca Penhaligon's de **Puig** ofrece servicios de recarga en algunas de sus tiendas.

Puig también impulsa el uso de materiales reciclados post-consumo (PCR, por sus siglas en inglés) en sus envases, con un enfoque especial en el vidrio, el metal y el plástico. En el caso de Charlotte Tilbury, donde el principal material del envase primario es el plástico, el 57% de los productos contenía al menos un 30% de plástico PCR en 2025. Actualmente, un promedio del 12% de los materiales utilizados en los envases de fragancias de **Puig** proviene de contenido reciclado posconsumo.

Un alto nivel de reciclabilidad en los envases permite minimizar la generación de residuos al final del ciclo de vida de los productos de **Puig**. Como parte de este esfuerzo, las fragancias de l'Artisan Parfumeur han pasado de un cierre de botella no reciclable a uno reciclable de aluminio para mejorar su reciclabilidad. La reciclabilidad media de las fragancias de **Puig** es del 75%.

En 2025, la compañía desarrolló las *Eco-Design Guidelines* que se publicarán en el primer trimestre de 2026.

Colaboraciones

Para impulsar la sostenibilidad en toda la industria, **Puig** es miembro de la iniciativa SPICE y de la EcoBeauty Score Association. Esta última es una coalición del sector que busca crear una metodología estandarizada para evaluar el impacto ambiental de los productos cosméticos. Dicha metodología permitirá valorar el grado de alineación de los productos con los principios de la economía circular. **Puig** participa activamente en el desarrollo de este marco.

La colaboración a escala sectorial es esencial para afrontar los retos de construir una economía circular. Charlotte Tilbury se ha asociado con un tercero para implementar un sistema de recogida de envases en sus propias tiendas del Reino Unido.

Apoyar la implicación de los proveedores en la circularidad también es fundamental. En este sentido, **Puig** ha invertido en un proyecto de circularidad lanzado por uno de sus proveedores de aluminio. El proyecto produce una tonelada de aluminio reciclado utilizando solo el 5% de la energía habitual, lo que reduce las emisiones en más de un 70%.

La marca Uriage de **Puig** participa en la iniciativa colectiva Pharma-Recharge, junto con varios laboratorios asociados. Este proyecto colaborativo combina recursos, comparte conocimientos y acelera la transición hacia un modelo de recarga viable en farmacias. La iniciativa despliega una unidad especial de recarga que ofrece ocho referencias de productos de higiene, permitiendo a los consumidores rellenar sus envases hasta cinco veces. Todos los envases están fabricados con 100% plástico reciclado (rPET), lo que minimiza el uso de plástico virgen. Las dos primeras unidades de recarga se instalaron en noviembre de 2025 en farmacias de Bayona y Aviñón. En 2026, el proyecto se ampliará a otras seis farmacias en Francia.

A través de Pharma-Recharge, Uriage está probando un modelo circular innovador en farmacias, al tiempo que ayuda a los consumidores a adoptar prácticas de compra más responsables y sostenibles.

Circularidad en el *retail*

Para integrar los principios de circularidad en las operaciones en tienda, el equipo de *retail* ha identificado socios clave en gestión de residuos y servicios de fin de vida, con el fin de garantizar un tratamiento responsable de los proyectos en el punto de venta.

Por ejemplo, en 2025 **Puig** se asoció con la empresa española Acteco, dedicada a la gestión, tratamiento y reciclaje de residuos, para llevar a cabo tres proyectos en Madrid. En estos proyectos, los materiales se recogieron en los comercios y se trasladaron a plantas de reciclaje autorizadas, asegurando un proceso de fin de vida seguro y optimizado. En el futuro, estos proyectos se extenderán por España y a nuevos mercados. Esta colaboración marcó el inicio del plan de la compañía para asumir progresivamente el control total de la gestión de residuos en el punto de venta, una tarea que anteriormente realizaban otros proveedores.

En 2025, **Puig** evaluó el impacto medioambiental del mobiliario en tienda utilizando herramientas de análisis de ciclo de vida (LCA, por sus siglas en inglés), como *Eco-Design Cloud* y *POPAI Sustain*.

A partir de estos análisis LCA, **Puig** ha desarrollado *Retail Sustainability Guidelines*, con el objetivo de ayudar a los proveedores y a los equipos internos de **Puig** a tomar decisiones informadas en materia de sostenibilidad. Las directrices abarcan la selección de materiales y el ecodiseño, los métodos de montaje, el tratamiento al final de la vida útil y la iluminación. En este sentido, Charlotte Tilbury rediseñó su mueble más común, el Category Bar.

Gestión de residuos en las plantas de fabricación

La máxima prioridad de **Puig** es enviar cero residuos a vertedero. Se han puesto en marcha varios proyectos innovadores en las plantas. Por ejemplo, en la fábrica de Chartres, la mejora en el tratamiento del vidrio contaminado permitió pasar de la valorización energética al reciclaje de vidrio, con 31.9 toneladas recicladas en 2025 de un total de 48.9 toneladas generadas.

Mientras tanto, la planta de producción de Alcalá de Henares ha implantado un sistema de circuito cerrado para reutilizar embalajes industriales, impulsando la circularidad y minimizando los residuos. En 2025, en 474 ocasiones, el embalaje reutilizado sustituyó al embalaje nuevo.

Objetivos y métricas

E5-3

Objetivos de la Agenda ESG 2030²⁹
(los objetivos N/A no tienen valor base; el año base solo identifica el inicio del plan)

Objetivos		Capa de la jerarquía de residuos	Año base	Valor base	Año objetivo	Progreso 2025	Objetivo
Reducción del 20% del volumen del packaging*		Prevención	2019	1,53 m³	2030	19%	20%
100% del packaging cumple con al menos uno de los siguientes criterios:	30% de eco-componentes	Prevención, preparación para reutilización y reciclado	2022	N/A	2030	70%	100%
	80% de reciclabilidad del producto						
	Sistema recargable						
100% del packaging evaluado con una metodología de análisis de ciclo de vida**		Prevención, preparación para reutilización y reciclado	2022	N/A	2030	64%	100%
100% de las instalaciones envían cero residuos al vertedero***		Prevención	2022	N/A	2030	18%	100%

* litros packaging terciario/unidades vendidas
** utilizando la herramienta de ecodiseño SPICE.
*** considerando plantas de producción y oficinas (sedes y filiales)

Alcance

Fragancias

Fragancias y Cuidado de la piel

Fragancias, Cuidado de la piel y Maquillaje

Global

Todos los objetivos están alineados con la Política de gestión de residuos y circularidad de **Puig**, que promueve la innovación y el ecodiseño en toda la cadena de valor para optimizar los volúmenes y la gestión de residuos.

El objetivo de que el 100% de los centros no envíen residuos al vertedero se centra específicamente en el compromiso de reducir la cantidad de residuos que no se reciclan.

Se ha logrado un progreso importante en la reducción del volumen de los envases para fragancias. Para finales de 2025, **Puig** está cerca de alcanzar el objetivo.

Salidas de recursos

E5 -5

Puig prioriza los siguientes principios de circularidad en todas sus categorías de producto:

- **Reutilización:** En los últimos años, se han lanzado más opciones recargables para optimizar el uso del producto, extender la vida útil del envase y contribuir a la reducción de residuos.
- **Desmontaje:** Para que los envases sean reciclables, es fundamental que los productos puedan desmontarse al final de su vida útil. **Puig** ha introducido soluciones innovadoras para facilitar la separación de los materiales de los envases.

²⁹ Información adicional disponible en el anexo metodológico.

- Reciclaje:** Uno de los principales esfuerzos de **Puig** es aumentar la reciclabilidad de los envases cosméticos, priorizando el uso de materiales reciclables. La reciclabilidad media de las Fragancias, el Cuidado de la piel y el Maquillaje de **Puig** es del 75% en 2025 y 76,8% en el 2024³⁰.

Los productos cosméticos de **Puig** están diseñados para el consumo, en lugar de para un uso prolongado o reparación, por lo que la durabilidad y reparabilidad no son consideraciones relevantes. Además, debido a sus características y a su modo de uso, el contenido del producto cosmético no tiene la capacidad de ser reciclable.

Residuo total generado³¹

	2024	2025	2025/2024
Total de residuos generados (kg)	4.199.708	5.780.720	38%

El aumento de residuos generados se explica en parte por un cambio en el alcance del reporte, ya que en 2025 se han incorporado nuevos datos por primera vez.

Generación de residuos por tipología

Generación de residuos por tipología (Kg)	2024	2025	2025/2024
Residuos peligrosos	380.553	485.271	28%
Residuos no peligrosos	3.534.515	5.295.449	50%
Papel y cartón	1.337.349	1.494.130	12%
Plástico	846.225	967.965	14%
Residuos generales	464.107	1.396.055	201%
Lodos de depuradora	319.080	402.658	26%
Bidones no peligrosos	161.882	351.969	117%
Vidrio	146.931	243.390	66%
Otros	258.941	439.282	70%

³⁰ Charlotte Tilbury, Uriage y Apivita no incluidos.

³¹ Información adicional disponible en el anexo metodológico.

Residuos dirigidos y desviados de la eliminación ³²

Residuos (en kg)	2024	2025	2025/2024
Residuos peligrosos cuya eliminación se ha evitado	380.553	485.271	28%
Preparación para la reutilización	3.604	7.629	112%
Reciclaje	336.605	403.136	20%
Otras opciones de valorización	40.344	74.506	85%
Residuos peligrosos destinados a eliminación	0	0	N/A
Vertedero	0	0	N/A
Incineración	0	0	N/A
Otras operaciones de eliminación	0	0	N/A
Residuos no peligrosos cuya eliminación se ha evitado	3.512.504	4.510.367	28%
Preparación para la reutilización	319.797	313.974	(2%)
Reciclaje	2.783.079	3.682.186	32%
Otras operaciones de recuperación	409.628	514.207	26%
Residuos no peligrosos destinados a eliminación	22.011	785.082	3467%
Vertedero	8.872	102.024	1050%
Incineración	13.139	683.058	5099%
Otras operaciones de eliminación	0	0	N/A

La mayoría del residuo de **Puig** es de origen industrial, resultante de sus procesos de producción. La compañía no genera residuos radioactivos.

Los residuos enviados a vertedero aumentaron significativamente debido a los 88.880 kg reportados por primera vez este año, que se destinan a eliminación en un vertedero especialmente diseñado. Estos residuos consisten en arcilla y films biodegradables elaborados a partir de almidón de patata utilizados en tratamientos para pacientes del Centro Termal Terapéutico de Uriage. Esto también explica el incremento del porcentaje de residuos no reciclados, que pasó del 0,23% en 2024 al 14% en 2025.

Los residuos enviados a incineración aumentaron en 2025, explicado principalmente por un cambio en el alcance del reporte. En 2025, se reportó por primera vez un total de 641.303 kg de residuos destinados a incineración en la fábrica de Echirolles de Uriage.

³²Los datos correspondientes a 2024 incluyeron exclusivamente fuentes primarias, mientras que los datos de 2025 incluyen tanto datos primarios como datos estimados.

Taxonomía verde de la UE

Marco regulatorio actual

En junio de 2020, la Comisión Europea publicó el Reglamento de Taxonomía (UE) 2020/852³³ en el Diario Oficial de la Unión Europea, que establece las bases de la taxonomía de la UE. Este reglamento describe los criterios que una actividad económica debe cumplir para considerarse medioambientalmente sostenible:

- Contribuir sustancialmente a uno o más de los seis objetivos medioambientales, que incluyen la mitigación del cambio climático, la adaptación al cambio climático, el uso sostenible y la protección de los recursos hídricos y marinos, la transición a una economía circular, la prevención y el control de la contaminación, y la protección y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas.
- No causar un perjuicio significativo a ninguno de los objetivos medioambientales.
- Llevarse a cabo de acuerdo con garantías mínimas sociales.

La Taxonomía de la UE es un componente fundamental del Pacto Verde Europeo, cuyo objetivo es desarrollar una estrategia para un crecimiento económico sostenible y lograr la neutralidad climática en 2050. El marco de trabajo está diseñado para establecer las condiciones que faciliten dirigir el capital hacia actividades sostenibles, proteger a los inversores del *greenwashing* y ayudar a las empresas a planificar sus transiciones ofreciendo un lenguaje y unas definiciones claras y estandarizadas para las actividades que se pueden considerar como medioambientalmente sostenibles.

El Reglamento se complementa con Actos Delegados, que especifican las normas sobre el contenido y la presentación de la información que debe divulgarse:

- Acto Delegado (UE) 2021/2139³⁴ (en adelante, Acto Delegado sobre el Clima), establece:
 - Los criterios técnicos de selección que determinan las condiciones en las que puede considerarse que una actividad económica contribuye sustancialmente a la mitigación del cambio climático o a la adaptación al mismo³⁵.
 - Los criterios técnicos de selección para determinar si esas actividades económicas no causan un perjuicio significativo a otros objetivos medioambientales.

³³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32020R0852>

³⁴ Reglamento Delegado (UE) 2021/2139 de la Comisión, de 4 de junio de 2021, por el que se completa el Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo y por el que se establecen los criterios técnicos de selección para determinar las condiciones en las que se considera que una actividad económica contribuye de forma sustancial a la mitigación del cambio climático o a la adaptación al mismo, y para determinar si esa actividad económica no causa un perjuicio significativo a ninguno de los demás objetivos ambientales (EUROPA.eu).

³⁵ El 9 de marzo de 2022, la Comisión adoptó un acto delegado complementario sobre el clima — el Reglamento Delegado (UE) 2022/1214 de la Comisión, de 9 de marzo de 2022— por el que, bajo condiciones estrictas, se incluyen determinadas actividades relacionadas con la energía nuclear y el gas en la lista de actividades económicas contempladas por la taxonomía de la UE.

Este reglamento fue ampliado y modificado mediante los Actos Delegados (UE) 2022/1214 y 2023/2485³⁶, con la inclusión de actividades adicionales para los dos objetivos climáticos.

- El Acto Delegado (UE) 2021/2178³⁷(en adelante, Acto Delegado de Divulgación), especifica el contenido y la presentación de la información que deben divulgar las empresas sujetas a este reglamento. De conformidad con el Artículo 8 del Reglamento de Taxonomía, las empresas no financieras a las que se aplica la taxonomía europea deben divulgar la siguiente información especificada en el Anexo I del Acto Delegado de Divulgación:
 - La proporción del volumen de negocio neto derivado de productos o servicios, incluidos intangibles, asociados con actividades económicas alineadas con la Taxonomía.
 - La inversión en activos fijos (o intangibles) (CapEx) y los gastos operativos (OpEx) relacionados con activos o procesos vinculados con actividades económicas alineadas con la Taxonomía.
 - Información para acompañar y detallar los indicadores clave de desempeño, incluida metodología y justificación.

Asimismo, a partir del 1 de enero de 2023, las empresas sujetas al Reglamento de la UE deben informar del porcentaje de actividades económicas elegibles que cumplen con la normativa, basado en su volumen de negocio o ingresos, así como su inversión en activos fijos (o intangibles) (CapEx) y gastos operativos (OpEx).

- El Acto Delegado (UE) 2023/2486³⁸ (en adelante, Acto Delegado Medioambiental), por el que se complementa el Reglamento (UE) 2020/852, establece los criterios técnicos de selección, la contribución sustancial y el principio de “No causar un perjuicio significativo” (DNSH), aplicables a cada una de las actividades que contribuyen a los cuatro objetivos medioambientales restantes del Reglamento de Taxonomía Ambiental:
 - Uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos.
 - Transición a una economía circular.
 - Prevención y control de la contaminación.
 - Protección y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas.

³⁶ Reglamento Delegado (UE) 2023/2485 de la Comisión, de 27 de junio de 2023, por el que se completa el Reglamento Delegado (UE) 2021/2139 mediante el establecimiento de los criterios técnicos de selección para determinar las condiciones en las que se considera que una actividad económica contribuye de forma sustancial a uno o más de los objetivos ambientales distintos de la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo, y para determinar si esa actividad económica no causa un perjuicio significativo a ninguno de los demás objetivos ambientales (EUROPA.eu).

³⁷ Oficina de Publicaciones de la Unión Europea (EUROPA.eu).

³⁸ Reglamento Delegado (UE) 2023/2486 de la Comisión, de 27 de junio de 2023, por el que se completa el Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo mediante el establecimiento de los criterios técnicos de selección para determinar en qué condiciones se considerará que una actividad económica contribuye de forma sustancial al uso sostenible y a la protección de los recursos hídricos y marinos, a la transición a una economía circular, a la prevención y el control de la contaminación, o a la protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas, y para determinar si dicha actividad económica no causa un perjuicio significativo a ninguno de los demás objetivos medioambientales, y por el que se modifica el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 de la Comisión en lo que respecta a la divulgación de información pública específica sobre esas actividades económicas (EUROPA.eu).

La Comisión Europea también ha publicado una serie de preguntas frecuentes (FAQs) sobre la interpretación y aplicación de determinadas disposiciones legales de la Taxonomía, con el objetivo de reducir la incertidumbre derivada del actual marco normativo.

Alcance del informe

Según la normativa vigente, desde 2024, **Puig** debe divulgar información relacionada con la Taxonomía. En el análisis llevado a cabo para determinar la elegibilidad y el alineamiento conforme a los criterios de la Comisión Europea para la Taxonomía Verde de la UE, se han considerado todas las empresas dentro del perímetro de consolidación de **Puig**. Véase Anexo I. Alcance de consolidación de las Cuentas Anuales Consolidadas. **Puig** ha establecido las medidas de control necesarias para garantizar la correcta aplicación de los principios contables de consolidación y evitar la doble contabilización en todos los indicadores financieros.

Metodología de evaluación

Para evaluar la contribución a cada objetivo establecido por la Taxonomía, **Puig** utilizó el siguiente enfoque:

- **Fase 1:** Se examinaron las actividades efectuadas por las empresas dentro de **Puig** que potencialmente se alinean con las descripciones de las actividades de la Taxonomía enumeradas en los Anexos I y II del Acto Delegado sobre el Clima y en los Anexos I a IV del Acto Delegado Medioambiental, así como su correlación con el volumen de negocio, CapEx y OpEx.
- **Fase 2:** Para todas las actividades consideradas elegibles, **Puig** evaluó su cumplimiento con los siguientes criterios:
 - Criterios técnicos de selección para la contribución sustancial.
 - Criterios de “No causar un perjuicio significativo” (DNSH, por sus siglas en inglés) respecto a otros objetivos medioambientales.
 - Cumplimiento de garantías mínimas sociales.
- **Fase 3:** Cálculo de los indicadores y resultados basados en los hallazgos de los pasos 1 y 2.

Definiciones

Actividad económica elegible según la Taxonomía significa una actividad económica descrita en los actos delegados (Acto Delegado sobre el Clima y Acto Delegado Medioambiental) que complementan el Reglamento de Taxonomía, independientemente de si dicha actividad económica cumple total o parcialmente con los criterios técnicos de selección (CTS) establecidos en dichos actos delegados.

Actividad económica no elegible según la Taxonomía significa cualquier actividad económica que no esté descrita en los actos delegados que complementan el Reglamento de Taxonomía.

Una actividad económica está alineada con la Taxonomía cuando cumple con los criterios técnicos de selección (CTS) definidos en el Acto Delegado Climático y en el Acto Delegado Medioambiental, y se lleva a cabo cumpliendo las garantías mínimas relativas a los derechos humanos, la anticorrupción y el soborno, la fiscalidad y la competencia leal. Para cumplir con los CTS, una actividad económica contribuye de manera sustancial a uno o más objetivos medioambientales, sin causar

perjuicio significativo (DNSH) a ninguno de los demás objetivos medioambientales.

Elegibilidad de Puig

Análisis de elegibilidad

El primer paso en este proceso consistió en identificar y clasificar sus actividades y líneas de negocio para determinar si son elegibles o no con arreglo a la Taxonomía. Las actividades elegibles son aquellas descritas en los Anexos de los Actos Delegados de la Taxonomía (Acto Delegado sobre el Clima 2021/2139 y sus modificaciones posteriores, en el caso de los dos objetivos de la Taxonomía Climática; y Acto Delegado 2023/2486, para los cuatro objetivos restantes pertenecientes a la Taxonomía Medioambiental), debido a su potencial contribución a uno de los seis objetivos medioambientales, ya sea a través de una descripción de la actividad o mediante su vinculación con los códigos NACE.

En lo que respecta a la evaluación de elegibilidad, **Puig** ha mantenido el enfoque aplicado en 2024 y ha llevado a cabo un análisis exhaustivo para revisar y confirmar la identificación de las actividades realizadas por las distintas entidades de la compañía que potencialmente pueden alinearse con la Taxonomía, así como su correlación con el volumen de negocio, el CapEx y el OpEx, tal como se define en la sección “Cálculo de indicadores y resultados”. Este análisis se ha ampliado al nivel más detallado de gestión dentro del alcance de las diferentes entidades, considerando elementos específicos como contratos o proyectos.

Tras evaluar las actividades de acuerdo con la Taxonomía, se ha confirmado que la actividad principal de **Puig** no está actualmente incluida en el marco regulatorio aplicable. Sin embargo, existen otras actividades relacionadas con las operaciones de la compañía que sí están incluidas, como se detalla a continuación:

Actividades de la Taxonomía	Objetivo medioambiental	Actividades elegibles de Puig
5.1 Construcción, ampliación y explotación de sistemas de captación, depuración y distribución de agua	Mitigación del cambio climático	En algunas fábricas de Puig , se lleva a cabo la construcción, ampliación y explotación de sistemas de captación, depuración y distribución de agua.
5.3 Construcción, ampliación y explotación de sistemas de recogida y tratamiento de aguas residuales	Mitigación del cambio climático	En algunas fábricas de Puig , se lleva a cabo la construcción, ampliación y explotación de sistemas centralizados de aguas residuales, incluida la recogida (red de alcantarillado) y el tratamiento.
5.4 Renovación de la recogida y el tratamiento de aguas residuales	Mitigación del cambio climático	En una fábrica de Puig , se lleva a cabo la renovación de la recogida y tratamiento de aguas residuales.
6.5 Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	Mitigación del cambio climático	Puig dispone de una flota de vehículos de alquiler.
7.2 Renovación de edificios existentes	Mitigación del cambio climático	Puig renueva edificios para mejorar su estado.
7.3 Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	Mitigación del cambio climático	En algunas fábricas de Puig , se lleva a cabo la instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética.
7.4 Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)	Mitigación del cambio climático	Puig lleva a cabo la instalación, mantenimiento y reparación de cargadores para vehículos eléctricos.

Actividades de la Taxonomía	Objetivo medioambiental	Actividades elegibles de Puig
7.5 Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	Mitigación del cambio climático	Puig dispone de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios.
7.6 Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	Mitigación del cambio climático	Puig dispone de instalaciones solares fotovoltaicas.
7.7 Adquisición y propiedad de edificios	Mitigación del cambio climático	Puig es propietario de edificios como instalaciones, fábricas y tiendas.
2.2 Producción de recursos hídricos alternativos para fines distintos del consumo humano	Economía circular	Puig cuenta con proyectos de recirculación de agua.
5.3 Preparación para la reutilización de productos y componentes al final de su vida útil	Economía circular	Puig vende alcohol para su reutilización como materia prima.

Análisis de alineación

Tras el análisis de elegibilidad, se llevó a cabo una segunda evaluación para determinar si las actividades elegibles pueden alinearse con la Taxonomía. Esto incluye un proceso de revisión y validación para garantizar el cumplimiento de los criterios técnicos de selección (contribuciones sustanciales a los objetivos ambientales y cumplimiento de los criterios No causar un perjuicio significativo (DNSH) y de las garantías mínimas sociales.

Contribución sustancial

Para cada una de las actividades elegibles previamente descritas, se llevó a cabo una evaluación técnica con el fin de determinar su posible alineación. A continuación, se presenta un desglose detallado del análisis de cumplimiento de los criterios técnicos de selección para actividades específicas:

- **Actividad 7.4:** Se cumple la contribución sustancial a la mitigación del cambio climático, ya que se ha confirmado la instalación, mantenimiento o reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos tanto en instalaciones como en fábricas donde esta actividad es aplicable.
- **Actividad 7.5:** Se cumple la contribución sustancial mediante la implementación de medidas individuales, como sensores de temperatura y humedad, sistemas de gestión energética, automatización de edificios y sistemas de control de iluminación.
- **Actividad 7.6:** Se cumple la contribución sustancial mediante la instalación, mantenimiento y reparación de sistemas solares fotovoltaicos y/o equipos técnicos auxiliares.

Para el resto de actividades, se está trabajando en la recopilación de la información necesaria que permita determinar el cumplimiento de los demás requisitos del Reglamento de Taxonomía.

Criterios de “No causar un perjuicio significativo” (DNSH)

Para todas las actividades económicas mencionadas anteriormente, en las que se ha demostrado una contribución sustancial, **Puig** ha efectuado un análisis adicional de los criterios DNSH.

Para evaluar el requisito de no causar un perjuicio significativo a otros objetivos medioambientales, es necesario analizar las vulnerabilidades y

riesgos climáticos de todas las actividades taxonómicas identificadas por la empresa. Esta evaluación debe alinearse con los criterios “No causar un perjuicio significativo” (DNSH) sobre adaptación al cambio climático, tal como se especifica en el Apéndice A de los Actos Delegados de la Taxonomía.

Sobre esta base, **Puig** ha elaborado un informe que evalúa las vulnerabilidades y los riesgos relacionados con el cambio climático, utilizando las proyecciones climáticas más avanzadas y detalladas disponibles para escenarios futuros. Aunque **Puig** ha desarrollado iniciativas de adaptación, estas aún no están formalizadas en un plan de adaptación. En este sentido, **Puig** sigue trabajando para alinear los riesgos climáticos con las iniciativas de adaptación y, además, desarrollar mecanismos para cumplir los requisitos restantes de “No Causar un perjuicio significativo” (DNSH) específicos de cada actividad elegible de la taxonomía.

Salvaguardas sociales mínimas

El último paso dentro de la evaluación de alineación es verificar el cumplimiento de **Puig** con las garantías mínimas (derechos humanos, corrupción y soborno, fiscalidad y competencia leal), según lo establecido por las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, los principios y derechos recogidos en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo y la Declaración Universal de Derechos Humanos.

Puig ha establecido mecanismos, políticas y procedimientos adecuados en áreas como la lucha contra la corrupción y el soborno, la fiscalidad responsable y la competencia leal. La empresa ha implementado programas de cumplimiento y controles internos para erradicar la corrupción y el soborno, junto con elementos de gestión de riesgo fiscal, con el fin de garantizar el cumplimiento normativo. Además, **Puig** promueve la concienciación entre los empleados sobre las leyes de competencia para fomentar una gestión empresarial ética. Ni la compañía ni sus directivos han sido condenados por corrupción, evasión fiscal o infracciones de las leyes de competencia. Véase *Gobernanza, Prevención y detección de la corrupción y el soborno*.

En el ámbito de derechos humanos, ni la compañía ni sus directivos han sido condenados por violaciones de derechos humanos. **Puig** cuenta con una Política de Derechos Humanos, pero todavía está desarrollando un proceso de debida diligencia en esta materia, basado en las Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para Empresas Multinacionales y los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, para alinear su política con este marco de debida diligencia.

Como consecuencia de no cumplir completamente con las garantías mínimas en derechos humanos, la alineación con la Taxonomía de la UE no se cumple. Sin embargo, dado que **Puig** está trabajando en la implementación de los requisitos de la Taxonomía en sus proyectos, acciones y medidas en los próximos años, se espera que el porcentaje de alineación de las actividades de la compañía aumente.

Cálculo de indicadores y resultados

Tras evaluar la elegibilidad y alineación de las actividades identificadas, el siguiente paso fue calcular los indicadores relacionados (volumen de negocio, CapEx y OpEx) para cada una de ellas, tal como se establece en el Artículo 8 del Reglamento de Taxonomía.

Volumen de negocio total

Las Cuentas Anuales Consolidadas, elaboradas de conformidad con las Normas de Contabilidad IFRS (Normas Internacionales de Información Financiera), constituyen la base para la determinación de estos indicadores. Este proceso también sigue las disposiciones establecidas en el Anexo I del Acto Delegado (UE) 2021/2178, modificado por el Acto Delegado (UE) 2023/2486 y el Acto Delegado (UE) 2022/1214 (en adelante, Acto Delegado del Artículo 8), para cada actividad económica en relación con su elegibilidad y alineación, según corresponda.

Los ingresos totales están alineados con los ingresos netos reportados en las Cuenta de Resultados Consolidada de **Puig** (véanse también las notas 5. Información por segmentos, 6. Información geográfica y 7. Ingresos netos en las Cuentas Anuales Consolidadas), según lo definido en las IFRS (Normas Internacionales de Información Financiera).

El KPI (indicador clave de desempeño) de volumen de negocio se define como los ingresos elegibles según la Taxonomía (numerador) divididos por los ingresos totales (denominador).

Inversión en activos fijos (o intangibles) (CapEx)

El CapEx total está alineado con las adiciones registradas en las Compras de propiedades, planta y equipo y activos intangibles reportadas en el Estado de Flujos de Efectivo Consolidado de **Puig**. También se incluyen las adiciones derivadas de combinaciones de negocios. El fondo de comercio (goodwill) no se incluye en el CapEx, ya que no se define como un activo intangible de acuerdo con la NIC 38. Para ver más detalles, puede consultarse la [nota 14. Inmovilizado material](#), y la [nota 15. Activo intangible](#) de las Cuentas Anuales Consolidadas.

El KPI de CapEx se define como el CapEx elegible según la Taxonomía (numerador) dividido por el CapEx total (denominador).

Gastos operativos (OpEx)

El OpEx de la Taxonomía de la UE incluye los costes directos no capitalizados relacionados con investigación y desarrollo (I+D), medidas de renovación de edificios, arrendamientos a corto plazo, mantenimiento y reparaciones, y otros gastos directos asociados al mantenimiento diario de propiedad, planta y equipo. Dado que la definición de OpEx de la Taxonomía de la UE difiere de la definición de OpEx en los informes financieros, el OpEx de la Taxonomía de la UE no puede derivarse directamente de las Cuentas Anuales Consolidadas.

El KPI de OpEx se define como el OpEx elegible según la Taxonomía (numerador) dividido por el OpEx total (denominador).

De conformidad con el punto 1.1.3. del Anexo I del Acto Delegado (UE) 2021/2178, **Puig** ha determinado que su gasto operativo taxonómico (OpEx) no es material para su modelo de negocio debido a la forma en que se gestionan sus instalaciones, fábricas y tiendas. Como resultado, la empresa está aplicando una exención permitida bajo la normativa:

- **Puig** no está obligado a calcular el numerador del indicador clave de desempeño (KPI) de OpEx, utilizado para medir la proporción de actividades medioambientalmente sostenibles. En su lugar, se informa este numerador como cero, lo que indica que la empresa considera que no existen gastos operativos taxonómicos significativos que contribuyan a los objetivos ambientales establecidos por la Taxonomía.
- No obstante, **Puig** debe seguir divulgando el valor total del denominador de OpEx. Este denominador representa el gasto operativo total de la

compañía, proporcionando contexto al KPI al indicar la magnitud general del gasto que se está considerando.

Volumen de negocio

Tabla 1: Proporción del volumen de negocio procedente de productos o servicios asociados con actividades económicas alineadas con la Taxonomía – divulgación correspondiente al año 2025

Ejercicio financiero 2025			Año		Criterios de contribución sustancial					Criterios de DNSH ("No causar un perjuicio significativo")										
Actividades económicas	Código	Volumen de negocio	Proporción del volumen de negocio, año 2025	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad	Garantías mínimas	Proporción del negocio que se ajusta a la taxonomía (A.1) o elegible según la taxonomía (A.2), año 2024	Categoría actividad facilitadora	Categoría actividad de transición	
		Moneda (€)	%	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N		%	F	T
A. Actividades elegibles según la taxonomía																				
A.1. Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía)																				
Volumen de negocio de actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía) (A.1)		0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%							N	0%			
De las cuales: facilitadoras		0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%							N	0%	F		
De las cuales: de transición		0	0%													N	0%		T	
A.2. Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)																				
Construcción, ampliación y explotación de sistemas de captación, depuración y distribución de agua	CCM 5.1	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%			
Construcción, ampliación y explotación de sistemas de recogida y tratamiento de aguas residuales	CCM 5.3	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%			
Renovación de la recogida y el tratamiento de aguas residuales	CCM 5.4	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%			
Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	CCM 6.5	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%			
Renovación de edificios existentes	CCM 7.2	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								N/A			
Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	CCM 7.3	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%			
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)	CCM 7.4	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%			
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	CCM 7.5	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%			
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	CCM 7.6	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%			
Adquisición y propiedad de edificios	CCM 7.7	821.632	0,02%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,02%			
Producción de recursos hídricos alternativos para fines distintos del consumo humano	CE 2.2	0	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL								0%			
Preparación para la reutilización de productos y componentes de productos al final de su vida útil	CE 5.3	3.548	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL								0%			
Volumen de negocio de actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		825.180	0,02%	0,02%	0%	0%	0%	0%	0%								0,02%			
A. Volumen de negocio de actividades elegibles según la taxonomía (A.1+A.2)		825.180	0,02%	0,02%	0%	0%	0%	0%	0%								0,02%			
B. Actividades no elegibles según la taxonomía																				
Volumen de negocio de actividades no elegibles según la taxonomía (B)		5.041.203.820	99,98%																	
Total (A+B)		5.042.029.000	100%																	

Tabla 2: Proporción del volumen de negocio/total del volumen de negocio alineado con la taxonomía por objetivo y proporción del volumen de negocio/total del volumen de negocio elegible según la taxonomía por objetivo (subíndice c del Anexo II del Reglamento Delegado 2023/2486)

Proporción de volumen de negocio / volumen de negocio Total		
	Alineado con la taxonomía por objetivo	Elegible según la taxonomía por objetivo
CCM	0,00%	0,02%
CCA	0,00%	0,00%
WTR	0,00%	0,00%
PPC	0,00%	0,00%
CE	0,00%	0,00%
BIO	0,00%	0,00%

CapEx

Tabla 3: Proporción de CapEx de productos o servicios asociados a actividades económicas alineadas con la taxonomía – divulgación correspondiente al año 2025

Ejercicio financiero 2025	Año		Criterios de contribución sustancial							Criterios de DNSH ("No causar un perjuicio significativo")										Categoría actividad facilitadora	Categoría actividad de transición															
Actividades económicas	Código	CapEx *	Proporción de las CapEx, año 2025	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad	Garantías mínimas	Proporción de las CapEx que se ajustan a la taxonomía (A.1) o elegible según la taxonomía (A.2), año 2024	F	T																	
Moneda (€)																				%	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	%	F	T
A. Actividades elegibles según la taxonomía																																				
A.1. Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía)																																				
CapEx of environmentally sustainable activities (Taxonomy-aligned) (A.1)		0,00	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								N	0%																		
De las cuales: facilitadoras		0,00	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								N	0%	F																	
De las cuales: de transición		0,00	0%															N	0%		T															
A.2. Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)																																				
Construcción, ampliación y explotación de sistemas de captación, depuración y distribución de agua	CCM 5.1	19.070	0,01%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										0%																	
Construcción, ampliación y explotación de sistemas de recogida y tratamiento de aguas residuales	CCM 5.3	5.535	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										0,01%																	
Renovación de la recogida y el tratamiento de aguas residuales	CCM 5.4	10.413	0,01%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										0,01%																	
Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	CCM 6.5	6.440.000	3,25%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										0%																	
Renovación de edificios existentes	CCM 7.2	1.822.234	0,92%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										N/A																	
Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	CCM 7.3	1.331.543	0,67%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										0,19%																	
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)	CCM 7.4	26.892	0,01%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										0%																	
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	CCM 7.5	233.060	0,12%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										0%																	
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	CCM 7.6	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										0%																	
Adquisición y propiedad de edificios	CCM 7.7	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										0,23%																	
Producción de recursos hídricos alternativos para fines distintos del consumo humano	CE 2.2	0	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL										0,14%																	
Preparación para la reutilización de productos y componentes de productos al final de su vida útil	CE 5.3	0	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL										0%																	
CapEx de actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		9.888.747	4,99%	4,99%	0%	0%	0%	0%	0%										0,58%																	
A. CapEx de actividades elegibles según la taxonomía (A.1+A.2)		9.888.747	4,99%	4,99%	0%	0%	0%	0%	0%										0,58%																	
B. Actividades no elegibles según la taxonomía																																				
CapEx de actividades no elegibles según la taxonomía (B)		188.280.253	95,01%	*El incremento en el porcentaje de elegibilidad de determinadas actividades se explica, principalmente, por la mejora y mayor robustez de la metodología aplicada.																																
Total (A+B)		198.169.000	100%																																	

Tabla 4: Proporción de CapEx/CapEx total alineado con la taxonomía por objetivo y proporción de CapEx/CapEx total elegible según la taxonomía por objetivo (subíndice c del Anexo II del Reglamento Delegado 2023/2486)

Proporción de CapEx / CapEx Total		
	Alineado con la taxonomía por objetivo	Elegible según la taxonomía por objetivo
CCM	0,00	4,99%
CCA	0,00	0,00%
WTR	0,00	0,00%
PPC	0,00	0,00%
CE	0,00	0,00%
BIO	0,00	0,00%

OpEx

Tabla 5: Proporción de OpEx de productos o servicios asociados a actividades económicas alineadas con la taxonomía – divulgación correspondiente al año 2025

Ejercicio financiero 2025	Año		Criterios de contribución sustancial							Criterios de DNSH ("No causar un perjuicio significativo")									
	Código	OpEx	Proporción de los OpEx, año 2025	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad	Garantías mínimas	Proporción de los OpEx que se ajustan a la taxonomía (A.1) o la taxonomía (A.2), año 2024	Categoría actividad facilitadora	Categoría actividad de transición
		Moneda (€)	%	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S; N; N/EL	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	%	F	T
A. Actividades elegibles según la taxonomía																			
A.1. Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía)																			
OpEx de actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía) (A.1)		0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%							N	0%		
De las cuales: facilitadoras		0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%							N	0%	F	
De las cuales: de transición		0	0%	0%												N	0%		T
A.2. Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)																			
Construcción, ampliación y explotación de sistemas de captación, depuración y distribución de agua	CCM 5.1	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
Construcción, ampliación y explotación de sistemas de recogida y tratamiento de aguas residuales	CCM 5.3	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
Renovación de la recogida y el tratamiento de aguas residuales	CCM 5.4	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	CCM 6.5	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
Renovación de edificios existentes	CCM 7.2	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								N/A		
Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	CCM 7.3	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)	CCM 7.4	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	CCM 7.5	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	CCM 7.6	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
Adquisición y propiedad de edificios	CCM 7.7	0	0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0%		
Producción de recursos hídricos alternativos para fines distintos del consumo humano	CE 2.2	0	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL								0%		
Preparación para la reutilización de productos y componentes de productos al final de su vida útil	CE 5.3	0	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL								0%		
OpEx de actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								0%		
A. OpEx of Taxonomy-eligible activities (A.1+A.2)		0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								0%		
B. Actividades no elegibles según la taxonomía																			
OpEx de actividades no elegibles según la taxonomía (B)		37.424.000	100%																
Total (A+B)		37.424.000	100%																

Tabla 6: Proporción de OpEx/OpEx total alineado con la taxonomía por objetivo y proporción de OpEx/OpEx total elegible según la taxonomía por objetivo (subíndice c del Anexo II del Reglamento Delegado 2023/2486)

Proporción de OpEx / Total OpEx		
	Alineado con la taxonomía por objetivo	Elegible según la taxonomía por objetivo
CCM	0,00%	0,00%
CCA	0,00%	0,00%
WTR	0,00%	0,00%
PPC	0,00%	0,00%
CE	0,00%	0,00%
BIO	0,00%	0,00%

Tabla 7: Actividades relacionadas con la energía nuclear y el gas fósil

Fila	Actividades relacionadas con la energía nuclear		Fila	Actividades relacionadas con el gas fósil	
1	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la investigación, el desarrollo, la demostración y la implantación de instalaciones innovadoras de generación de electricidad que producen energía a partir de procesos nucleares con un mínimo de residuos del ciclo de combustible.	NO	4	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción o explotación de instalaciones de generación de electricidad que producen electricidad a partir de combustibles fósiles gaseosos.	NO
2	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción y la explotación segura de nuevas instalaciones nucleares para producir electricidad o calor de proceso, incluido para fines de calefacción urbana o procesos industriales como la producción de hidrógeno, así como sus mejoras de seguridad, utilizando las mejores tecnologías disponibles.	NO	5	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción, la renovación y la explotación de instalaciones de generación combinada de calor/frío y electricidad que utilicen combustibles fósiles gaseosos.	NO
3	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la explotación segura de instalaciones nucleares existentes que producen electricidad o calor de proceso, incluido para fines de calefacción urbana o procesos industriales como la producción de hidrógeno a partir de energía nuclear, así como sus mejoras de seguridad.	NO	6	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción, la renovación y la explotación de instalaciones de generación de calor que producen calor/frío a partir de combustibles fósiles gaseosos.	NO



3

Social

S1

Las personas en Puig

IROs materiales relacionados con las personas en Puig
 SBM-3

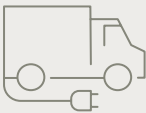


Actividad upstream



Operaciones propias

- I - La exposición de los empleados a condiciones físicas, químicas y psicológicas relacionadas con las características específicas del sector y sus patrones de trabajo puede afectar negativamente a su salud y seguridad.
- I - Crear unas condiciones de trabajo desfavorables, como un empleo poco seguro o un horario laboral o salario inadecuados, puede limitar las oportunidades de los empleados y afectar negativamente a su bienestar.
- I + Garantizar la satisfacción, la seguridad y la salud de los empleados mediante la promoción del bienestar en el lugar de trabajo y la implementación de planes de desarrollo y formación.
- O Al promover la inclusión y la equidad, **Puig** puede crear un entorno de trabajo diverso y justo, ofreciendo oportunidades de crecimiento equitativas para todos los empleados y, al mismo tiempo, atraer talento diverso y enriquecer la cultura de la compañía.
- R Las lesiones, enfermedades y muertes de empleados pueden dar lugar a sanciones regulatorias, publicidad negativa, baja productividad laboral, aumento de los costes de atención médica y compensación, y posibles litigios, lo cual puede tener un impacto financiero significativo en la compañía



Actividad downstream

- Tipología IRO**
- Materialidad de impacto**
- I+ Positivo
 - I- Negativo
- Materialidad financiera**
- R Riesgo
 - O Oportunidad

Las personas de **Puig** hacen posible el éxito de la compañía. Sobre la base de los derechos humanos, **Puig** promueve la justicia, la integridad, la no discriminación y el bienestar. La compañía busca potenciar un entorno en el que las personas se sientan apoyadas, valoradas y orgullosas de su pertenencia. También se centra en proporcionar oportunidades para el aprendizaje y el desarrollo continuos que permitan a los profesionales crecer hasta su mejor versión, contribuir y prosperar.

Información adicional sobre IROs materiales

SBM-2 | SBM-3

El análisis de doble materialidad (DMA) de **Puig** identificó y evaluó tanto los impactos materiales reales como los potenciales en la plantilla propia (empleados contratados por **Puig**), incluido el personal de las oficinas, de las plantas de producción y de las tiendas *retail* de todo el mundo.

El alcance de este análisis abarca a todos los empleados de **Puig** y ofrece una visión integral de los principales riesgos, impactos, oportunidades y dependencias relacionados con la plantilla propia. Estos incluyen reforzar la inclusión y la equidad en todos los grupos de empleados, así como asegurar un entorno laboral seguro, especialmente en los puestos operativos, ya que son esenciales para la sostenibilidad de una plantilla comprometida, diversa y resiliente.

Los impactos identificados son generalizados en toda la industria y no están relacionados con casos individuales o grupos concretos de empleados, con excepción de los impactos en salud y seguridad asociados con las actividades de producción, que son específicos del personal de las plantas de producción.

No se identificaron riesgos de incidentes de trabajo forzado u obligado ni de trabajo infantil durante la evaluación.

Las personas en Puig

Las personas ocupan un lugar primordial en el éxito de **Puig**. Guiada por un sólido compromiso con los derechos humanos, **Puig** promueve la justicia, la integridad, la inclusión, la no discriminación y el bienestar.

La compañía fomenta un entorno solidario e inclusivo donde todo el mundo, independientemente de su puesto, percibe que se le apoya y se le valora, y siente orgullo de pertenencia. **Puig** se compromete a facilitar el crecimiento invirtiendo en el aprendizaje y el desarrollo continuos, y en oportunidades de movilidad que capaciten a sus profesionales para construir unas carreras significativas y prosperar.

En un mundo en constante evolución, **Puig** mantiene su dinamismo y su enfoque en las personas, abriéndose a nuevas maneras de trabajar y a nuevas tecnologías, al mismo tiempo que anticipa las habilidades y capacidades que son necesarias para el éxito a largo plazo y crea un entorno donde cada persona puede crecer en paralelo a la compañía y experimentar la satisfacción de la auténtica pertenencia.

Políticas

S1-1

Código Ético

Sirve de orientación clara para todos los empleados sobre el comportamiento que se espera de ellas. Representa los valores y principios centrales de la familia fundadora, que han guiado a la compañía desde su origen, lo que refuerza el sentido de pertenencia de las personas en Puig.

- El Código Ético promueve una cultura de diversidad e inclusión, lo que garantiza una gestión del talento justa y transparente, basada en los méritos. Además, define las buenas prácticas en materia de protección de datos, confidencialidad y gestión de los conflictos de intereses, lo que refuerza una toma de decisiones ética en todos los niveles de la organización.
- Para respaldar los principios de su Código Ético, Puig pone a disposición un Canal de Denuncias seguro, confidencial e independiente que ofrece a los empleados una vía fiable para expresar cualquier inquietud. Los directivos desempeñan un papel esencial en la defensa de los estándares éticos, asegurando el cumplimiento y liderando con su ejemplo.
- Véase **Gobernanza, Políticas de conducta y cultura empresarial**.

Política de Derechos Humanos

La defensa de los derechos humanos es un principio fundamental arraigado en la cultura y las operaciones de la compañía. En la línea del Código Ético, establece un marco unificado para proteger los derechos humanos en toda la organización y sus actividades comerciales, con un énfasis particular en la gestión de riesgos e impactos laborales.

Pilares fundamentales:

- Tolerancia cero ante cualquier forma de trabajo forzado, incluidas la esclavitud, la servidumbre y la trata de personas, garantizando que todas las relaciones de empleo sean voluntarias
- No contratación de ninguna persona menor de la edad legal para trabajar, y no contratación de personas menores de 18 años para turnos nocturnos ni tareas de riesgo
- Prohibición de cualquier forma de discriminación por motivos de edad, procedencia social, sexo, identidad de género, raza, origen étnico, religión o creencia, orientación sexual, discapacidad o cualquier otra característica protegida por la legislación aplicable
- Tolerancia cero ante cualquier forma de acoso físico, sexual, verbal o psicológico en el lugar de trabajo
- Respeto de la libertad de asociación y negociación colectiva de los empleados
- Mantenimiento de un lugar de trabajo seguro y saludable para los empleados de Puig y con el fin de garantizar que toda la actividad de la compañía cumpla con las leyes y normativas aplicables de salud y seguridad en el trabajo
- Cumplimiento de los límites legales sobre la jornada de trabajo, tanto de la normativa nacional como del convenio colectivo de aplicación, incluyendo el descanso mínimo entre jornadas
- Derecho a una retribución justa, garantizando que los empleados reciban un salario digno

- La Política de Derechos Humanos está estructurada conforme a los estándares y los marcos reconocidos internacionalmente, como los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (UNGP, por sus siglas en inglés), las Directrices de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) para Empresas Multinacionales, y la Declaración de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo.
- Puig defiende los UNGP integrando el respeto y la protección de los derechos humanos universales en todas sus operaciones. Este principio se refuerza al más alto nivel mediante la Política de Derechos Humanos de Puig, aprobada por el Consejo de Administración y comunicada de manera transparente a través de la intranet corporativa y la página web de la compañía.
- Puig supervisa el cumplimiento de los UNGP a través de los resultados del Canal de Denuncias, lo que permite a Puig detectar cualquier posible vulneración de estos principios en caso de que ocurra. Véase Gobernanza, Políticas de conducta y cultura empresarial, Canal de Denuncias de Puig.
- Dado que la Política de Derechos Humanos está firmemente alineada con la Declaración de la OIT sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, Puig prohíbe estrictamente el trabajo forzado u obligatorio y el trabajo infantil, garantiza el cumplimiento de la edad legal de contratación y protege a los empleados menores de 18 años del trabajo en turnos nocturnos o en entornos laborales peligrosos. La compañía también respalda la libertad de asociación y negociación colectiva, asegurando que los empleados puedan organizarse y defender sus derechos sin injerencias.

Política de Salud y Seguridad Ocupacional

Refuerza la ambición de la compañía en términos de salud, seguridad y bienestar de los empleados en el lugar de trabajo, tanto en el seno de la organización como en sus interacciones con terceros.

Pilares fundamentales:

- Ofrecer unas condiciones laborales saludables y seguras, eliminando los peligros y minimizando los riesgos en todos los lugares de trabajo
- Promover el cumplimiento de todos los requisitos legales aplicables dondequiera que opere Puig, y de todos los demás que asuma voluntariamente la empresa
- Fomentar la participación de los empleados en las cuestiones de salud y seguridad ocupacionales y garantizar que se consulte a sus representantes en esta materia

- La salud y seguridad en Puig van más allá del cumplimiento normativo, constituyendo un pilar fundamental dentro de la Declaración del Sistema de Gestión Integrado (IMS). Este sistema unifica el enfoque de la empresa en calidad, buenas prácticas de fabricación (GMP), gestión ambiental y salud y seguridad ocupacional dentro de una estrategia coherente.
- La Declaración del Sistema de Gestión Integrado establece directrices, procesos y procedimientos claros para prevenir accidentes y garantizar el bienestar de la plantilla. Además, sirve como base para el desarrollo e implementación de todas las actividades dentro del sistema de gestión integrado.
- Aunque la Declaración del IMS se aplica globalmente, su énfasis es más importante en las ubicaciones donde se han implementado sistemas de gestión certificados por la Organización Internacional de Estandarización (ISO) como España, Francia e India. En estos países, la Declaración del Sistema de Gestión Integrado funciona como Política de Salud y Seguridad local, asegurando la alineación con las normas y prácticas de seguridad reconocidas internacionalmente.

Política global de permiso mínimo por maternidad y paternidad

Establece los estándares globales mínimos del permiso de maternidad y paternidad, para contribuir a la conciliación entre las responsabilidades familiares y laborales de los empleados en momentos trascendentales como un nacimiento, adopción, acogimiento familiar u otros casos de tutoría legal.

Pilares fundamentales:

- Cultura inclusiva
- No discriminación
- Respaldo de los estándares internacionales
- Cumplimiento de la legislación local

- Esta política se desarrolló durante 2025 y entrará en vigor en el primer trimestre de 2026, tras su aprobación formal por parte del director ejecutivo. El *Chief Human Resources Officer* (CHRO) será responsable de la supervisión y el cumplimiento de la política.
- Como parte de la Agenda ESG 2030 de Puig y guiada por los Valores, el Código Ético y la Política de Derechos Humanos, la compañía tiene el compromiso de fomentar una cultura de respeto, integridad y atención a las personas. En Puig creemos en la importancia de crear un entorno que permita a los empleados prosperar, tanto personal como profesionalmente. Puig reconoce que formar una familia y cuidarla mientras se desarrolla una carrera profesional es una etapa vital significativa.
- Esta política está diseñada para cumplir con toda la legislación local aplicable. En caso de que las leyes locales o las políticas existentes ofrezcan prestaciones más amplias que el estándar mínimo dispuesto en la política, se aplicarán las disposiciones que sean más favorables.
- Ofrece 14 semanas de permiso retribuido conforme al salario base (SB) para el progenitor biológico, progenitor adoptivo, tutor legal o progenitor de acogimiento que asuma la función de cuidador principal. Para el segundo cuidador, ofrece 4 semanas de permiso retribuido conforme al SB, que pueden disfrutarse de manera continua o intermitente durante los primeros 12 meses, a partir del nacimiento, la adopción o el acogimiento de un hijo o una hija.
- Incluye medidas para facilitar la transición al volver al trabajo, como un programa para mantenerse en contacto y un plan de reincorporación laboral flexible.

Política de redes sociales

Establece unas normas globales claras sobre el uso de información de la compañía en las redes sociales, incluida la gestión de la información relacionada con Puig y sus marcas

Pilar fundamental:

- Esta política establece qué acciones pueden y no pueden hacerse, reforzando así las expectativas sobre conducta apropiada al publicar o compartir contenido –o interactuar con contenido– en el que pueda identificarse a Puig o sus marcas. Incluyen los requisitos de usar únicamente activos digitales autorizados, compartir solamente información que sea de dominio público, evitar el contenido que sea controvertido o dañino y abstenerse de publicar o hacer “Me gusta” en información que pueda infringir los derechos de terceros, violar la privacidad o dañar la reputación de Puig.

- Esta Política fue aprobada por el Presidente y Consejero Delegado el 26 de mayo de 2025, fecha en la que entró en vigor.
- En **Puig**, donde la creatividad define la actividad cotidiana de los empleados, es fundamental promocionar una comunicación responsable, transparente y respetuosa en todas las interacciones. En el entorno digital actual, **Puig** reconoce la importancia de asegurar que todos los empleados y los grupos de interés externos comprendan su función a la hora de velar por los activos de reputación e información de la compañía.
- En conjunción con esta política, **Puig** también ha publicado una Guía de comunicación interna en la que se explica el uso eficaz de los canales de comunicación interna oficiales de **Puig**.
- También incluye información sobre la nueva plataforma de comunicación interna Home of **Puig**. Véase **Social**, **Las personas en Puig**, **Procesos de participación de las personas en Puig**.

Declaración sobre la prohibición de discriminación

El Código Ético y la Política de Derechos Humanos de **Puig** establecen de manera inequívoca que no se tolera ningún tipo de discriminación, victimización ni acoso (especialmente el acoso laboral o sexual). **Puig** mantiene una vigilancia constante para garantizar la igualdad de trato en la contratación, la remuneración, el acceso a formación, el desarrollo profesional, las condiciones de trabajo y la jubilación.

Dado el amplio alcance de estas políticas y la eficacia de los canales de denuncia de **Puig**, la compañía no ha identificado, por el momento, la necesidad de desarrollar una política específica sobre discriminación a nivel global, ni establecer compromisos adicionales para grupos específicos de empleados. **Puig** seguirá supervisando este aspecto como material y adoptará medidas en caso de que se considere adecuado un enfoque más concreto.

Procesos

S1-2

Procesos de participación y desarrollo de las personas en Puig

Al situar a las personas en el centro de su estrategia, **Puig** ha implementado iniciativas que fomentan el reconocimiento, el crecimiento y el bienestar. A través de una comunicación transparente y frecuente, unas oportunidades de aprendizaje continuo y un firme enfoque en la salud y seguridad, las herramientas siguientes están diseñadas para mejorar la experiencia de los empleados, al adaptar los mecanismos de interacción a las necesidades cambiantes e integrar sus diferentes puntos de vista en la toma de decisiones.

- **Home Of Puig (LumApps):** Es un nuevo canal de comunicación interna centrado en las personas que proporciona una experiencia integral para reforzar la conexión, estimular la colaboración entre departamentos y ofrecer acceso rápido y sin obstáculos a información esencial para todo el conjunto de la compañía. Esta herramienta mantiene a los empleados informados, conectados y comprometidos, además de permitir que las comunicaciones evolucionen en consonancia con el crecimiento y las ambiciones futuras de **Puig**.

- **Plataforma Experience Puig:** Es una plataforma digital interactiva que permite a los empleados tomar un papel activo en la evolución de su carrera profesional día a día. Además de apoyar el desarrollo profesional y la progresión interna, ofrece un espacio donde las personas que trabajan en **Puig** pueden expresar su interés en la movilidad interna, compartir sus aspiraciones y explorar oportunidades dentro de la compañía. La plataforma también facilita el acceso a información esencial sobre los distintos roles, las rutas de desarrollo y los aspectos clave de las condiciones de trabajo, garantizando transparencia y claridad. Al fomentar una interacción continua, Experience **Puig** refleja el compromiso de **Puig** con la creación de un entorno laboral en el que el talento pueda crecer, conectar y prosperar.
- **Performance and Development:** La gestión del desempeño y el desarrollo profesional siguen siendo factores clave para fomentar el compromiso de los empleados. A través de las Evaluaciones Anuales de Desempeño (P&D), los empleados (excepto aquellas en funciones de fabricación) tienen la oportunidad de compartir sus aspiraciones profesionales y objetivos futuros, influyendo activamente en su crecimiento dentro de la compañía. Estas evaluaciones incluyen conversaciones individuales con los responsables para revisar el desempeño pasado y definir objetivos de futuro.

Como parte de este proceso, **Puig** también lleva a cabo una sesión de control semestral que ofrece a los empleados la oportunidad de revisar los objetivos, comentar los progresos y realinear las prioridades. Este enfoque integrado garantiza que los comentarios y el desarrollo no se limiten a una ocasión única al año, sino que sean un proceso dinámico y reactivo a lo largo del año.

- **Escuchar a las personas en Puig:** La opinión y comentarios de los empleados son un pilar fundamental de nuestra estrategia de Recursos Humanos. Las encuestas periódicas están pensadas para recoger datos, medir el compromiso y orientar la mejora continua. Aunque este año no se llevó a cabo ninguna encuesta, esta práctica sigue siendo un elemento esencial del compromiso de **Puig** de escuchar y responder a las necesidades de las personas en **Puig**.
- **Certificación ISO 45001:** **Puig** mantiene los estándares más altos de salud y seguridad ocupacionales, según se refleja en su certificación ISO 45001. Durante este proceso, **Puig** también asegura la consulta y la participación a través de los representantes de los empleados (como los comités de salud y seguridad), en consonancia con los requisitos de la ISO 45001. Estos mecanismos garantizan que la seguridad no sea únicamente un requisito de cumplimiento, sino una responsabilidad compartida por todo el conjunto de la organización.
- **Mejoras lideradas por la plantilla a través de canales accesibles:** Se fomenta que los empleados actúen como agentes de cambio, compartiendo ideas y sugerencias a través de canales accesibles para contribuir a crear un entorno de trabajo más seguro, saludable y eficiente. Este enfoque garantiza que las personas en **Puig** no solo sean escuchadas, sino capacitadas para impulsar mejoras significativas, lo que refuerza una cultura de colaboración y progreso continuo.
- **Modelo de liderazgo localizado:** Cada centro cuenta con un equipo especializado, compuesto generalmente por Recursos Humanos, director de planta y especialistas en Salud y Seguridad Ocupacional.

Procesos para la salud, la seguridad y el bienestar

Procesos para abordar inquietudes

S1-3

Este equipo actúa en nombre de la compañía para implementar iniciativas de bienestar y seguridad adaptadas a las necesidades locales. Este modelo de liderazgo localizado garantiza que los estándares globales de **Puig** se implementen de manera eficaz y que, al mismo tiempo, se respeten las particularidades regionales.

Los mecanismos de interacción –y la información que aportan– se usan sistemáticamente para informar las decisiones y priorizar las acciones destinadas a abordar tanto los impactos reales como los potenciales, recayendo la responsabilidad general en el *Chief Human Resources Officer* (CHRO).

En línea con el Código Ético de **Puig**, la compañía promueve activamente una cultura de comunicación abierta (*Speak Up*), incentivando a los empleados y los grupos de interés a asumir un papel proactivo en la identificación y prevención de conductas no éticas, vulneraciones de derechos humanos o incumplimientos de normativas internas o externas

Este compromiso se materializa a través del Canal de Denuncias específico y seguro de **Puig**, reforzado por el Código Ético de **Puig** y la Política de Derechos Humanos de **Puig**, que permite a los empleados y a terceros reportar inquietudes, vulneraciones o proporcionar comentarios de manera confidencial, con una garantía absoluta de protección contra represalias.

El respeto y la gestión de cualquier impacto adverso en los derechos humanos dentro de las operaciones y la cadena de valor de **Puig** es un principio fundamental, recogido en el Código Ético y la Política de Derechos Humanos de **Puig**. Este principio también tiene su reflejo en la Política y el Procedimiento del Canal de Denuncias, lo que asegura que toda inquietud se maneje con rigor y transparencia.

El Canal de Denuncias de **Puig** es el principal mecanismo para que los empleados expresen sus preocupaciones, garantizando confidencialidad, privacidad y protección frente a represalias, conforme a los más altos estándares. Garantiza una respuesta puntual y exhaustiva, totalmente alineada con el Código Ético de **Puig**.

Además del Canal de Denuncias de **Puig**, los empleados tienen acceso a diversas vías para expresar sus inquietudes. Estas incluyen a los HR Business Partners, quienes interactúan directamente con las personas en **Puig** para identificar y escalar los problemas; los gerentes que mantienen una política de puertas abiertas y actúan como el primer punto de contacto; y los comités de empresa, que ofrecen un espacio formal y confidencial para la comunicación y el debate colectivo.

Al integrar estos mecanismos, **Puig** adopta un enfoque integral y receptivo para la identificación y resolución de inquietudes, reforzando su compromiso con la transparencia, la responsabilidad corporativa y el bienestar de los empleados. La información que aportan se tiene en cuenta al implementar futuras acciones.

Véase *Gobernanza, Políticas de conducta y cultura empresarial, Canal de Denuncias de Puig* para más detalles sobre el funcionamiento, las garantías y la evaluación de la comunicación del Canal de Denuncias de **Puig**.

Acciones

S1-4

Puig promueve el desarrollo continuo de los empleados ofreciendo una serie de oportunidades de crecimiento diseñadas para capacitar a cada una a definir su propia trayectoria dentro de **Puig**. Esto incluye reforzar el ecosistema de aprendizaje, ampliar las experiencias interdepartamentales y crear recorridos para la movilidad interna. A través de programas de desarrollo personalizados, **Puig** aspira a proporcionar las habilidades, la confianza y la inspiración que necesitan los empleados para poder crecer. Al mismo tiempo, **Puig** se centra en el desarrollo del liderazgo para asegurar que los empleados dispongan de todas las herramientas necesarias para ser futuros líderes.

Talento

Janus, que debe su nombre al dios romano de las transiciones, representa la ambición de **Puig** de transmitir los valores y la experiencia entre sucesivas generaciones de líderes.

Janus

Janus es el programa insignia de aceleración de **Puig**, diseñado para desarrollar y capacitar a las personas con alto potencial de toda la organización. Es un programa de dos años que proporciona a los participantes habilidades de liderazgo esenciales, conocimiento integral de la compañía y la industria, y desarrollo personal dirigido para acelerar su crecimiento profesional en el seno de **Puig**. Mediante esta iniciativa, las personas participantes no solo adquieren las competencias necesarias para un liderazgo efectivo, sino que interiorizan y encarnan los valores centrales de **Puig**, asegurando una sólida alineación con la cultura y la visión a largo plazo de **Puig**.

Programa de movilidad

El programa de movilidad interna de **Puig** se basa en la aspiración estratégica de **Puig** de contribuir al desarrollo del personal fomentando el traslado entre diferentes departamentos y ubicaciones; esto supone un nuevo enfoque de la movilidad que inspira la curiosidad y apoya a cada persona para que alcance su máximo potencial.

En la línea de la propuesta de valor de **Puig** para creadores de todo tipo, **Puig** aspira a fomentar un entorno en el que los empleados puedan mostrar sus habilidades transversales y perseguir trayectorias profesionales más allá de su puesto actual.

Esenciales para la creación de valor

Este programa proporciona a los directivos la necesaria fluidez financiera y metodologías eficaces para conectar las iniciativas comerciales con el valor para los accionistas, fomentando la alineación entre las decisiones directivas, la creación de valor sostenible y la eficacia operativa.

Desarrollado por un distinguido académico experto en finanzas y gobernanza en colaboración con el equipo ejecutivo de **Puig**, este programa combina el rigor teórico y la relevancia práctica a través de casos de estudio de **Puig** y módulos de aprendizaje interactivos.

Equipos de Fragancias y Moda

Liderazgo en transformación

El programa de Liderazgo en Transformación (LIT, por sus siglas en inglés), implementado para los equipos de Fragancias y Moda, es una iniciativa de desarrollo del liderazgo diseñada para reforzar la capacidad de los líderes de impulsar la transformación y el crecimiento.

El programa LIT se creó en el Marco de liderazgo estructurado de **Puig**, desarrollado en 2023 a través de un proceso integral en tres fases:

Descubrimiento, Diseño y Entrega. En la fase de Descubrimiento, más de 300 participantes de grupos focales (focus groups) llevaron a cabo una amplia investigación y se realizaron más de 40 entrevistas a empleados de diferentes niveles y regiones. Estos datos sirvieron de base para el Marco de liderazgo. En la fase de Diseño, la compañía elaboró activamente el marco y aseguró que estuviera plenamente alineado con la agenda de transformación. Finalmente, en la fase de Entrega, **Puig** puso en marcha el programa en el 3T de 2023, empezando con los directivos sénior en el 4T de 2023 y siguiendo con los puestos clave en el 1T de 2024, para terminar con los responsables de personal durante 2025 y el 1T de 2026.

Este programa, basado en los tres pilares de liderazgo Listen, Inspire and Trust, refuerza los comportamientos que se espera por parte de los directivos. Se ofrece en cinco formatos y cinco idiomas y se imparte tanto presencialmente como en línea a través de una plataforma y una aplicación personalizadas, lo que garantiza la mejor experiencia posible a los participantes.

En 2025, **Puig** amplió el programa LIT a los responsables de personal, haciendo extensivo el proceso a una comunidad más amplia de directivos. Este programa llegará a 1200 empleados en el 1T de 2026, dotándolas de las herramientas y la mentalidad necesarias para liderar con impacto y autenticidad.

Inclusive Leadership Essentials

Como continuación del programa LIT, los equipos de Fragancias y Moda participaron durante 2025 en un nuevo módulo diseñado para directivos sénior, puestos clave y responsables de personal. Esta iniciativa responde a los comentarios de la Encuesta de Inclusión de 2024, en la que los empleados expresaron un firme interés por aprender y destacaron la necesidad de conocimiento compartido sobre el liderazgo inclusivo en toda la organización.

Inclusive Leadership Essentials es un programa de formación dinámico e interactivo que profundiza en el conocimiento de la inclusión y las dimensiones de diversidad, equidad, inclusión y pertenencia (DEIB). Se centra en cuatro áreas clave: (i) definiciones de diversidad, inclusión y pertenencia; (ii) conversaciones sobre sesgos y microcomportamientos; (iii) empatía, seguridad psicológica y privilegio; y (iv) la práctica del liderazgo inclusivo.

El programa enfatiza que la creatividad aumenta cuando hay diversidad de pensamientos y procedencias. Introduce conversaciones sobre distintas dimensiones de la diversidad y refuerza que, para que la diversidad sea efectiva, es necesario que los líderes fomenten unos entornos psicológicamente seguros donde los empleados se sientan incluidas y capacitadas para compartir ideas, activando nuevas maneras de solucionar problemas.

En 2026, **Puig** seguirá implementando este programa para todos los responsables de personal y quienes ocupan puestos clave, creando una sólida base para el liderazgo inclusivo en toda la compañía.

Iniciativa Vizzy

Puig puso en marcha Vizzy, una herramienta digital de selección de personal que redefine la manera en que la compañía conecta con el

talento júnior y hace que la contratación sea más inclusiva, colaborativa y basada en datos. Vizzy permite que las personas candidatas no se limiten al envío del CV tradicional, sino que muestren su creatividad, sus proyectos e ideas, ofreciendo una visión más amplia y auténtica de su potencial.

Gracias a este enfoque innovador, **Puig** puede descubrir talento diverso y conectar mejor con la nueva generación de profesionales.

Equipos de maquillaje

Charlotte Tilbury reforzó su cultura de aprendizaje en 2025 mediante diferentes iniciativas clave:

- **Limitless Learning Hour:** Una hora dedicada al aprendizaje cada dos semanas para que los empleados se centren en el desarrollo personal y profesional.
- **Lanzamiento de LinkedIn Learning:** Proporciona a todos los equipos acceso a cursos dirigidos por expertos, para hacer más accesible el aprendizaje y respaldar una cultura en la que el crecimiento forme parte del día a día.
- **Playlists seleccionadas:** Listas temáticas mensuales para ayudar a los empleados a encontrar fácilmente contenido relevante de LinkedIn Learning y adquirir conocimientos de una manera estructurada y asumible, aprendiendo un tema detrás de otro.
- **Skills Series:** Un nuevo paquete de aprendizaje básico dirigido a desarrollar capacidades esenciales, como prosperar en el trabajo y adoptar una mentalidad de crecimiento. Esta serie aporta a los empleados herramientas y confianza para tener éxito en un mundo en constante cambio.
- **Predictive Index Tool:** Una nueva evaluación del comportamiento diseñada para mejorar la autoconciencia, el desarrollo personal y la eficacia del equipo. Ayuda a cada persona a comprender su propio estilo de trabajo y a mejorar la colaboración, reforzando la comunicación, la confianza y la dinámica de equipo.

Equipos de Cuidado de la piel

En 2025, los equipos de Cuidado de la piel reforzaron las capacidades interdepartamentales y fomentaron una cultura de aprendizaje continuo a través de diferentes iniciativas:

- **Elementos fundamentales digitales y gestión de proyectos:** Lanzamiento de nuevos módulos de aprendizaje para reforzar habilidades transversales como la gestión de proyectos, el liderazgo y la alfabetización digital.
- **Plataforma de aprendizaje basada en IA:** Una plataforma de aprendizaje autoguiada que ofrece una amplia gama de recursos educativos para impulsar el compromiso y apoyar el desarrollo propio en todas las regiones.
- **Programa de recomendación:** Una iniciativa reforzada que permite a los empleados recomendar a candidatos, seguir su progreso a lo largo del proceso de contratación y recibir recompensas cuando las recomendaciones culminan con éxito, lo que ayuda a atraer talento de primer nivel, acelerar la contratación y fortalecer el encaje cultural.

En 2025, **Puig** llevó a cabo varios proyectos destinados a reforzar la coherencia y la transparencia en las condiciones de trabajo, y amplió

iniciativas de apoyo al bienestar físico, mental y emocional. La compañía aumentó los recursos para conciliar la vida laboral y familiar, avanzó los esfuerzos en DEIB e integró los principios de bienestar en las prácticas cotidianas, para promover maneras de trabajar sanas y sostenibles.

Entorno de trabajo y bienestar

Workforce Architecture

El proyecto Workforce Architecture es una iniciativa estratégica diseñada para aportar mayor coherencia, transparencia y competitividad a largo plazo a la organización de **Puig**. Al crear un marco para cargos, niveles y recorridos profesionales, se alinea con los procesos de Recursos Humanos, refuerza el vínculo entre el diseño organizativo y la retribución, y asegura el cumplimiento de requisitos reglamentarios como la Directiva de Transparencia Salarial de la UE.

El proyecto también mejora la planificación de la plantilla, la gestión de costes, el desarrollo del talento, la movilidad y la planificación de la sucesión, mientras que su integración en los sistemas de Recursos Humanos centrales potencia la eficiencia y la precisión de los datos.

En 2025, **Puig** llevó a cabo un diagnóstico interno de la brecha salarial, definió criterios retributivos basados en la neutralidad de género, preparó sistemas de denuncia y auditoría, y diseñó estrategias de comunicación para los empleados y los grupos de interés. El proyecto continuará y se completará en 2026.

The Outsiders Perspective

The Outsiders Perspective es una organización comprometida con la transformación de las industrias de lujo, moda, belleza y consumo en general que cuenta con talento diverso y muy bien preparado. Su *Accelerator Program with Puig* prepara a los profesionales racializados de industrias alternativas para una transición sin obstáculos, aportando nuevas perspectivas e innovación.

Alineada con el compromiso basado en el propósito de **Puig** de un cambio positivo, esta iniciativa permite atraer talento diverso que impulse la creatividad y la innovación.

Véase [Anexos](#), [Acciones para generar impacto en la sociedad](#).

Salud mental

Puig puso en marcha varias iniciativas de salud mental destinadas a prestar apoyo emocional y detectar signos tempranos de malestar psicológico entre los empleados.

Implementados en varios mercados, con un enfoque especial en el Reino Unido, Singapur, España y México, estos esfuerzos incluyen canales de apoyo confidenciales y actividades de formación para concienciar a los equipos y dotarlos de herramientas de gestión del bienestar emocional.

Equipos de Fragancias y Moda

Smart shift

Smart Shift consiste en un conjunto de buenas prácticas y protocolos diseñados para mejorar la gestión del tiempo y reforzar la cultura de trabajo, y se inició en 2023. En 2025, Smart Shift evolucionó e incluyó una capa esencial: simplificar los canales de comunicación y colaboración. Esta mejora abordó directamente una de las principales necesidades identificadas en encuestas anteriores. El impacto ha sido significativo, con la adopción generalizada de la nueva herramienta de colaboración, que ha doblado su actividad desde que se implementó.

Días familiares

Los días familiares ofrecen a los empleados la oportunidad de invitar a miembros de su familia a visitar las oficinas de **Puig**, lo que fomenta la satisfacción y el orgullo de la pertenencia. Estos eventos permiten al personal mostrar su lugar de trabajo a sus seres queridos e implicar a sus hijos e hijas en actividades creativas que estimulan la curiosidad y les conectan con las Love Brands de **Puig**.

La iniciativa –adaptada al contexto cultural de cada país– se celebró este año en Londres, Barcelona, Dubái, Rio de Janeiro y Argentina.

Eventos de diversidad, equidad, inclusión y pertenencia (DEIB)

Los eventos de DEIB celebran la diversidad de identidades, humanizan las conversaciones a través de los relatos personales y fomentan la multiplicidad de puntos de vista. En 2025, se llevaron a cabo los siguientes eventos de DEIB:

- **Día Internacional de las Mujeres (marzo):** Un panel virtual denominado Beyond Boundaries, formado por integrantes femeninas del equipo directivo sénior que compartieron su trayectoria de liderazgo personal y su manera de afrontar la dicotomía de ser mujeres e impulsar el negocio.
- **Mes del Orgullo (junio):** En colaboración con Jean Paul Gaultier, **Puig** organizó un evento presencial en Barcelona para más de 100 asistentes, con un panel de representantes de las artes, los medios de comunicación, el activismo y la defensa del colectivo. Además, se retransmitió en directo a todo el mundo para todos los empleados, con un alto nivel de interacción.
- **Mes de la Inclusión de Puig (octubre):** **Puig** publicó cuatro artículos informativos en su plataforma interna, Home of **Puig**, reforzando el compromiso de **Puig** con la inclusión.

Equipos de maquillaje

- En 2025, Charlotte Tilbury amplió el horario de verano a un mes adicional, lo que ofreció más flexibilidad a los equipos para adaptar sus esquemas de trabajo durante los meses más calurosos. Además, Charlotte Tilbury introdujo para todos los equipos *retail* el Día de la Gratitud, un día libre especial para reconocer a todo el mundo el duro trabajo desempeñado y dar tiempo para descansar y recuperar fuerzas.
- Charlotte Tilbury organizó un calendario de momentos con propósito a lo largo del año para reconocer y celebrar eventos culturales clave y de concienciación del mes del Orgullo y el mes de la Historia Negra.
- En 2025, Charlotte Tilbury introdujo formación sobre sesgo inconsciente como parte central del programa de inducción e incorporación. Esto asegura que cada nueva incorporación a la empresa inicie su trayectoria con la conciencia y el entendimiento necesarios para contribuir a un lugar de trabajo inclusivo y respetuoso desde el primer día.

Equipos de Cuidado de la piel

Durante el año, se organizan eventos internos periódicos para reforzar la cultura de **Puig**, el compromiso y la concienciación de los empleados sobre los temas clave en materia de sostenibilidad y salud. Los dos eventos insignia de 2025 fueron:

Salud y seguridad (plantas de producción)

- El Día de las Abejas (mayo), dedicado a concienciar sobre la diversidad, la protección de los polinizadores y la responsabilidad medioambiental (talleres, sesiones de formación, acciones ecológicas).
- Octubre Rosa, dedicado a la concienciación y prevención del cáncer de mama (campañas de comunicación, sesiones dirigidas por expertas y otras iniciativas de reunión de equipos).

Con el objetivo último de alcanzar la cifra de cero accidentes y guiada por la filosofía de mejora continua, **Puig** puso en marcha en 2025 un proyecto transformador en los centros de producción, denominado “Re-evolución” de la Salud y Seguridad Ocupacional y destinado a fortalecer e integrar la cultura de la prevención en todos los niveles de la organización, como los siguientes:

- **Planta de producción de Alcalá de Henares: Puig** llevó a cabo un diagnóstico integral de la cultura preventiva de la planta mediante un cuestionario de evaluación de diferentes aspectos de la prevención del riesgo ocupacional, que alcanzó un índice de participación del 63%. Adicionalmente, **Puig** organizó un taller de liderazgo en salud y seguridad ocupacional, centrado en los compromisos a través de dinámicas interactivas.
- **Planta de producción de Chartres:** La implementación de las reglas doradas en términos de salud y seguridad ocupacional avanzó satisfactoriamente. Es más, el proyecto Safe Pilot se implementó plenamente, incluyendo enumeración y clasificación de patrones de ataque comunes; contaminantes orgánicos persistentes y animaciones.
- **Planta de producción de Vacarisses:** Las iniciativas se centraron en reforzar la participación de los empleados mediante la creación de la “línea directa con la salud y seguridad ocupacional”, que permite el contacto directo con el equipo de Salud y Seguridad Ocupacional, la comunicación de situaciones de riesgo o propuestas de mejora, el feedback ágil, la integración de los riesgos en las evaluaciones de riesgos del centro y una mayor participación de la plantilla.
- **Plantas de producción de Coimbatore, Markopoulo, Echirolles y St. Martin d’Uriage:** Las acciones se concentraron en establecer las bases de un modelo preventivo local alineado con el marco global, para asegurar que en 2026 esté plenamente integrada la cultura de la prevención en todas las plantas de producción de **Puig**.

Evaluación del plan de acción de **Puig**

Puig supervisa y evalúa continuamente la efectividad de sus iniciativas. Además del uso de los mecanismos de participación mencionados anteriormente y del Canal de Denuncias de **Puig** para identificar y abordar los impactos potenciales, la compañía monitorea un conjunto de métricas con el fin de evaluar la efectividad de sus acciones. Esto permite a **Puig** determinar si es necesario reevaluar el plan de acción y su priorización.

Las métricas más relevantes para el seguimiento de la efectividad son:

- Tasa de rotación de los empleados
- Índice de Frecuencia de Accidentes Laborales (FR)
- Número de denuncias recibidas a través del Canal de Denuncias

Objetivos y métricas

S1-5

Las siguientes métricas incluyen únicamente a las personas empleadas por **Puig**, excluyendo a contratistas independientes, proveedores y otros empleados que no tengan empleo directo con **Puig**.

Además de los procesos de participación mencionados anteriormente, **Puig** evalúa los indicadores clave de desempeño (KPI), como las tasas de accidentes y el absentismo. Asimismo, **Puig** lleva a cabo auditorías internas periódicas para verificar el cumplimiento de la legislación laboral aplicable y las políticas internas.

En 2022, la compañía comenzó a integrar objetivos ESG en las prácticas anuales de evaluación del desempeño.

A continuación, se presentan los objetivos ya establecidos.³⁹

Objetivos	Año base	Año objetivo	Progreso 2025	Objetivo
Lanzar una política de voluntariado	2025	2026		N/A
100% de las plantas de producción y sedes centrales certificadas con ISO 45001	2022	2030	67%	100%

Alcance

Fragancias Fragancias y Cuidado de la piel Fragancias, Cuidado de la piel y Maquillaje Global

Con respecto al objetivo “Lanzar una política de voluntariado”, **Puig** estuvo redactando la política durante 2025, y se aprobará y aplicará en 2026. Durante 2025 y con motivo del Día Internacional del Voluntariado de las Naciones Unidas, **Puig** organizó sesiones matinales en mercados clave —en la Sede Central, en Reino Unido y en Francia— para reconocer la dedicación de sus voluntarios. Las sesiones, celebradas con directivos de la compañía, rindieron homenaje a las contribuciones de los voluntarios, a menudo silenciosas pero de alto impacto, al compromiso social de **Puig**. Esta iniciativa respalda el objetivo de Conscious Living de la compañía, ya que el voluntariado desempeña un papel clave al abordar los retos de la sostenibilidad. Una campaña de comunicación global, que incluyó un vídeo testimonial, sirvió para amplificar aún más este reconocimiento y animó a los empleados a seguir participando para construir un futuro mejor.

Además, se implementaron varias iniciativas que tenían como objetivo capacitar a los empleados para asumir un papel activo en la protección de la compañía. Estas acciones fortalecieron la gobernanza de **Puig** reforzando la responsabilidad compartida, la transparencia y la conducta ética en toda la organización, además de respaldar el objetivo de Conscious Living mediante la promoción de comportamientos responsables que protejan a nuestra compañía y a nuestras comunidades. Algunas actividades clave fueron una sesión de formación dirigida a más de 300 empleados en puestos esenciales, varias comunicaciones de concienciación y la firma formal de documentos de gobernanza por parte de directivos de la compañía.

En consonancia con el compromiso del objetivo de obtener la certificación ISO 45001 para el 100% de las plantas de producción y sedes principales, en 2025 la fábrica de Coimbatore y la oficina de Delhi (ambas en India) fueron certificadas conforme a dicha norma.

³⁹ Información adicional disponible en el anexo metodológico.

En 2026, los esfuerzos se centrarán en integrar las fábricas de cuidado de la piel (Grecia y Francia) en el alcance de la ISO 45001, avanzando más aún en nuestro compromiso con la salud y seguridad.

Características de los empleados

S1-6

2024	2025	
12.116	13.016	Número de personas en Puig a finales del año

10.909	11.553	Número medio de empleados (FTEs)
--------	--------	----------------------------------

Solo se contabilizan empleados con contrato directo en alguna de las filiales de Puig, excluyendo prácticas, autónomos o empleados de terceros. Los datos están en línea con los resultados de las Cuentas Anuales Consolidadas.

los empleados FTE (Full-Time Equivalent) representan el número de trabajadores a tiempo completo en función del total de horas trabajadas, donde un FTE equivale a una persona trabajadora a tiempo completo. Los datos están alineados con los resultados de las Cuentas Anuales Consolidadas.

Número de empleados por género y tipo de contrato

2024	Fijos	Temporales	Sin horas garantizadas	Total
Mujeres	8.025	976	121	9.122
Hombres	2.791	119	23	2.933
No declarados / No binarios	24	37	0	61
	10.840	1.132	144	12.116

2025	Fijos	Temporales	Sin horas garantizadas	Total
Mujeres	8.598	1.155	140	9.893
Hombres	2.923	157	31	3.111
No declarados / No binarios	9	3	0	12
	11.530	1.315	171	13.016

En 2025, el número de empleados no declarados o no binarios cambió debido a una mayor precisión en los datos tras la implementación del programa SuccessFactors en Charlotte Tilbury. Hubo más empleados que actualizaron proactivamente su información de género, lo que mejoró la calidad general de los informes.

Número de empleados por ubicación

Región	Ubicación	2024	2025	Región	Ubicación	2024	2025
EMEA	Alemania	311	365	América	Argentina	183	182
EMEA	Arabia Saudí	160	192	América	Brasil	348	382
EMEA	Austria	24	37	América	Canadá	17	20
EMEA	Bélgica	177	190	América	Chile	257	262
EMEA	E.A.U.	139	161	América	Colombia	167	164
EMEA	España	2.203	2.474	América	EE.UU.	711	736
EMEA	Federación Rusa	82	93	América	México	343	408
EMEA	Francia	1.648	1.678	América	Perú	116	115
EMEA	Grecia	320	326	APAC	Australia	186	218
EMEA	Irlanda	224	224	APAC	China Continental	573	583
EMEA	Italia	240	266	APAC	Corea del Sur	85	105
EMEA	Países Bajos	153	144	APAC	Hong Kong RAE	159	146
EMEA	Polonia	23	19	APAC	India	446	455
EMEA	Portugal	75	93	APAC	Japón	51	101
EMEA	Reino Unido	2.393	2.506	APAC	Macao RAE	17	18
EMEA	Suecia	74	82	APAC	Singapur	46	33
EMEA	Suiza	117	141	APAC	Taiwán	48	60
EMEA	Turquía	0	37	Total		12.116	13.016

Número de salidas

	2024	2025
Voluntarias	1.728	2.002
Despidos	606	671
Otros	132	34
Total	2.466	2.707

	2024	2025
Ratio de rotación de empleados	22,6%	23,4%

El ratio de rotación de la plantilla se ha calculado dividiendo el número de salidas de personas fijas y temporales (excluyendo los fines de contrato) entre el número medio de empleados (FTEs).

Parámetros de diversidad

S1-9

Top Executives por género

2024	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total
Top Executives	143	130	0	273

2025	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total
Top Executives	138	137	0	275

Puig define los Top Executives como los puestos con un nivel Mercer 59 o superior

2024	2025	
52%	50%	Porcentaje de Top Executives que son mujeres

Número de empleados por rango de edad

	2024	2025	2025/2024
< 30 años	3.791	3.918	3%
Entre 30 y 50 años	6.699	7.273	9%
> 50 años	1.626	1.825	12%
Total	12.116	13.016	7%

Salarios adecuados

S1-10

Salarios adecuados	2024	2025
Porcentaje de empleados remunerados por debajo del umbral salarial adecuado aplicable	0%	0%

Con el fin de verificar una remuneración adecuada en toda la plantilla de Puig, se garantizó que el salario base más bajo (excluidos los aprendices) en cada país estuviera por encima del salario mínimo nacional aplicable —cuando este está definido— o, alternatively, por encima del salario de referencia cuando no existe un mínimo legal.

Personas con discapacidad

S1-12

Personas con discapacidad: media anual

	2024	2025	2025/2024
Mujeres	404	226	(44%)
Hombres	66	45	(32%)
No declarados / No binarios	3	0	(100%)
Total	473	271	(43%)

Parámetros de formación y desarrollo de capacidades
S1-13

Porcentaje de empleados con discapacidad

	2024	2025
Porcentaje de empleados	4%	2%

Para el reporte de empleados con discapacidad, Puig se adhiere a las definiciones reconocidas en cada país y sigue estándares internos de reporte. La variación en las cifras de discapacidad de 2025 se debe principalmente a un menor número de casos autodeclarados en Charlotte Tilbury.

Porcentaje de empleados que participaron en evaluaciones periódicas de desempeño y desarrollo de carrera

	2024	2025
Mujeres	56%	60%
Hombres	54%	66%
No declarados / No binarios	0%	0%

Este porcentaje excluye a Apivita, Uriage y Charlotte Tilbury, que no recopilan datos sobre este KPI.

Número medio de horas de formación por persona trabajadora

	2024	2025	2025/2024
Mujeres	19,30	22,60	17%
Hombres	19,80	20,70	5%
Global	19,40	22,20	14%

El aumento de horas de formación en 2025 se debe principalmente a la incorporación de programas de formación adicionales que no se habían incluido en los informes del año anterior. El número promedio de horas de formación se calculó dividiendo el total de horas de formación por el número promedio de empleados (FTE), ya que las variaciones en la plantilla al cierre del ejercicio hacen que utilizar el promedio sea una representación más precisa que utilizar el número de empleados a final de año.

Parámetros de salud y seguridad
S1-14

2024	2025	
100%	100%	Porcentaje de empleados cubiertos por el sistema de gestión de salud y seguridad de la compañía

	2024	2025	2025/2024
Fallecimientos en el trabajo	0	0	0%
Número de días perdidos debido a lesiones relacionadas con el trabajo y a fallecimientos derivados de accidentes laborales, enfermedades relacionadas con el trabajo y fallecimientos por causas de salud laboral	3.725	3.791	2%
Accidentes laborales*	177	183	3%

*Número de accidentes de trabajo, tanto con como sin baja médica.

Índice de Frecuencia de Accidentes Laborales (FR)

	2024	2025	2025/2024
Mujeres	3,27	2,81	(14%)
Hombres	2,82	2,16	(23%)
No declarados / No binarios	19,67	0,00	(100%)
Global	3,24	2,65	(18%)

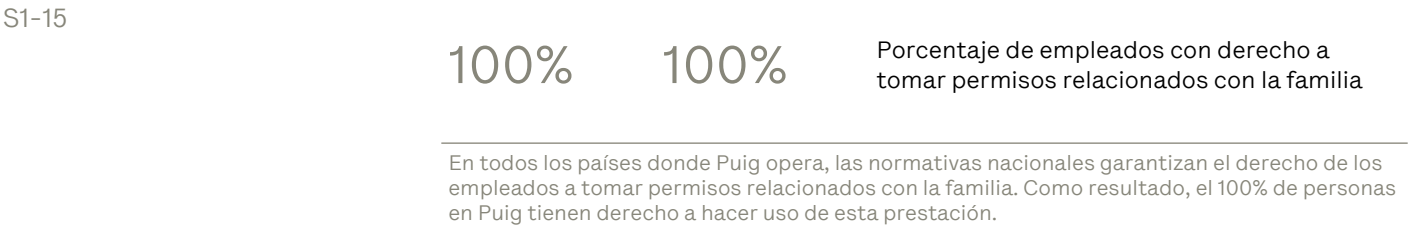
FR = (Número de accidentes laborales con baja médica * 1.000.000) / Total de horas trabajadas. Calculado con las horas efectivas trabajadas, teniendo en cuenta los períodos de regulación temporal de empleo en las distintas ubicaciones.

La importante variación en la categoría “No declarado / No binario” se explica por el tamaño muy reducido de esta población, donde una ocurrencia aleatoria de accidentes puede generar grandes fluctuaciones en la proporción; por ejemplo, en 2025 no se registró ningún accidente.

Número de casos de enfermedades profesionales

	2024	2025
Mujeres	10	12
Hombres	0	3
No declarados / No binarios	0	0
Total	10	15

Conciliación laboral



Porcentaje de empleados que tomaron permisos relacionados con la familia

	2024	2025
Mujeres	4%	7%
Hombres	3%	4%
No declarados / No binarios	—%	29%
Global	4%	7%

Los ratios se calcularon dividiendo el número de permisos relacionados con la familia durante el año por el número promedio de empleados (FTEs).

Remuneración

S1-16

Brecha salarial de género ajustada

2024	2025
------	------

(5,10%) (1,30%) Brecha ajustada global

Esta brecha salarial de género compara la remuneración de hombres y mujeres que ocupan puestos con el mismo nivel de responsabilidad, ponderando los resultados según el número de empleados de cada nivel. Este indicador se centra en el principio de igual salario por igual trabajo, independientemente de otros factores estructurales más amplios, y por eso ofrece una medida más precisa acerca de si hombres y mujeres reciben una remuneración justa dentro de la compañía. Este KPI ha evolucionado del 3,4% en 2022 al 2,6% en 2023, al -5,1% en 2024 y al -1,3% en 2025 en el conjunto de la compañía. Es importante señalar que la cifra de 2025 no incluye datos de Charlotte Tilbury, ya que esta información no estaba disponible en el momento de la elaboración del informe.

Parámetros de retribución

	2024	2025
Brecha salarial de género.	24,7%	24,9%
Ratio de la remuneración total anual del individuo con la remuneración más alta en comparación con la remuneración total anual mediana de todos los empleados excluyendo la persona con mayor salario.	230	122

En la brecha salarial de género en Puig influyen varios factores estructurales. Este cálculo no tiene en cuenta el puesto, la antigüedad ni la ubicación de los empleados (ver más arriba).

Se calcula utilizando el salario base anual, las bonificaciones pagadas, los complementos y los beneficios/prestaciones tanto de personas trabajadoras permanentes como temporales activos a fecha de 31 de diciembre. El cambio en el ratio de remuneración total entre 2024 y 2025 refleja principalmente un menor impacto de componentes no recurrentes en comparación con el año anterior.

Incidentes, quejas e impactos graves en los derechos humanos

S1-17

Durante 2025, **Puig** recibió 103 consultas o quejas a través del Canal de Denuncias. De estas, 88 fueron presentadas por personas en **Puig**. De las 103 consultas recibidas en 2025, 23 casos siguen abiertos y pendientes de clasificación final, lo que podría dar lugar a ajustes en su categorización.

Durante 2025 se presentaron 5 denuncias que fueron inicialmente clasificadas por las personas que las presentaron como casos de acoso. Tras completar la investigación correspondiente, uno de estos casos ha sido confirmado como acoso, mientras que las investigaciones de los otros 4 continúan en curso. No se han impuesto multas ni sanciones como resultado de este caso.

En el año anterior se recibieron 61 quejas, 52 de las cuales fueron originadas por personas en **Puig**.

Cualquier persona que presente una denuncia debe clasificarla según las categorías definidas por la compañía, que están alineadas con el Benchmark publicado por NAVEX, el proveedor del Canal de Denuncias. Una vez enviada, la denuncia se revisa y, cuando sea pertinente, se investiga. En función de los hallazgos, una denuncia puede ser reclasificada, independientemente de la clasificación original realizada por la persona que la presentó. La información presentada en este documento refleja la clasificación final, cuando sea pertinente. Los criterios específicos utilizados para asignar un caso a cada categoría

siguen la metodología publicada por NAVEX en el apéndice del “*Whistleblowing and Incident Management Benchmark Report 2025*”.

Durante el período de reporte, no hubo casos que implicaran incidentes graves de derechos humanos y, en consecuencia, no se impusieron multas ni sanciones. En 2024, un caso relacionado con discriminación fue clasificado como un incidente de derechos humanos. Este caso no resultó en multas ni sanciones.

No se identificaron casos que constituyeran incumplimientos de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos, la Declaración de la OIT o las Directrices de la OCDE durante 2024 y 2025.

S2

Las personas en la cadena de valor

IROs materiales relacionados con los trabajadores en la cadena de valor

SBM-3

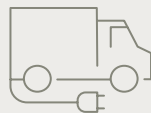


Actividad upstream

- I - Los empleados en la cadena de suministro de **Puig** pueden estar expuestas a riesgos físicos, químicos y psicológicos relacionados con las características específicas del sector y sus patrones de trabajo.
- I - Una posible vulneración de los derechos humanos en la cadena de valor de **Puig** puede afectar negativamente al bienestar de la sociedad.
- R Las violaciones de derechos humanos en la cadena de suministro de **Puig** pueden generar riesgos financieros, reputacionales y regulatorios.
- R Las lesiones, enfermedades y muertes de los trabajadores pueden dar lugar a sanciones regulatorias, publicidad negativa, baja productividad de los trabajadores, aumento de los costes de atención médica y compensación, y posibles litigios, lo cual puede tener un impacto financiero significativo en la compañía.



Operaciones propias



Actividad downstream

Tipología IRO

Materialidad de impacto

- I+ Positivo
- I - Negativo

Materialidad financiera

- R Riesgo
- O Oportunidad

Puig trabaja para proteger los derechos humanos y mantener prácticas éticas en toda su cadena de valor. Su Código de Conducta para Proveedores, alineado con estándares internacionales, establece requisitos mínimos sobre salarios justos, condiciones de trabajo seguras y la prohibición del trabajo forzoso y el trabajo infantil.

La compañía realiza auditorías, involucra a los trabajadores e implementa medidas correctivas cuando es necesario. Entre las medidas clave se incluyen el mapeo de la cadena de suministro, evaluaciones de riesgos, planes correctivos y capacitación para fomentar prácticas éticas, transparentes y sostenibles.

Información adicional sobre IROs materiales

SBM-3 | IRO -1

Puig opera dentro de una compleja cadena de valor global, que abarca múltiples niveles y una red diversa de proveedores y operadores logísticos. Esta estructura puede tener un impacto material en los trabajadores contratados por proveedores en toda la actividad *upstream*, así como en los trabajadores que operan en instalaciones de **Puig**, pero que no forman parte de su propia plantilla. Durante el Análisis de Doble Materialidad, los trabajadores de la actividad *downstream* fueron incluidos en el análisis pero se determinó que no eran materiales. Todos los riesgos identificados como materiales se consideran vinculados a la dependencia de los proveedores de **Puig**, dado que una disminución en la producción de materias primas puede afectar directamente a la sostenibilidad del modelo de negocio.

Puig está evaluando actualmente los riesgos en materia de derechos humanos en las geografías y materias primas de su cadena de suministro.

Políticas

S2-1

Tal como se establece en el Código Ético de **Puig** y se desarrolla en la Política de Derechos Humanos de **Puig** para los empleados, la compañía está comprometida con el respeto y la defensa de los derechos humanos universales, cumpliendo estrictamente con la legislación y regulaciones aplicables en la materia. Véase **Social**, **Las personas en Puig**.

Código de Conducta para Proveedores

Establece los requisitos mínimos en materia medioambiental, social y de gobernanza que los proveedores deben cumplir al realizar actividades para Puig o en su nombre. Puig exige a todos los proveedores que cumplan este Código y se aseguren de que sus propios subcontratistas y proveedores se adhieren a normas y requisitos similares. El código se aplica a todos los trabajadores involucrados, ya sean permanentes, temporales, directos o externos.

Pilares fundamentales:

- Para supervisar el cumplimiento del Código, Puig lleva a cabo procesos regulares de debida diligencia, solicitando auditorías presenciales existentes o encargando nuevas, y revisando la documentación de respaldo. Las auditorías presenciales siguen un enfoque basado en el riesgo y las realizan Puig o terceros autorizados.
- Si un proveedor no cumple con el Código, Puig tomará las medidas adecuadas según la gravedad del incumplimiento. Esto puede incluir (i) exigir un plan de acción correctiva con un calendario claro, (ii) la no renovación del contrato de suministro al finalizar su vigencia o (iii) la terminación inmediata de la relación comercial.

- Esto refleja los compromisos adoptados por **Puig** para gestionar y remediar sus impactos, dependencias, riesgos y oportunidades relacionados con los trabajadores de la cadena de valor, alineándose con estándares reconocidos internacionalmente.
- El Código se alinea con estándares reconocidos internacionalmente. Estos estándares incluyen:
 - Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU
 - Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU
 - Carta Internacional de Derechos Humanos, que incluye la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo
 - Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEP, por sus siglas en inglés) de la ONU
 - Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)
 - El Acuerdo de París
- Los requisitos mínimos en materia de derechos humanos y derechos laborales consisten en lo siguiente:
 - Prohibición del trabajo forzado, la trata de personas, el trabajo infantil, la discriminación y el acoso
 - Garantía de salarios adecuados y empleo regular
 - Establecimiento de límites a la jornada laboral
 - Implementación de normas de salud, higiene y seguridad

Política de abastecimiento responsable

Especifica los requisitos medioambientales y sociales que los proveedores deben cumplir en relación con la adquisición de determinados materiales e ingredientes.

- La Política establece la obligación de alinear el abastecimiento de papel, aceite de palma, alcohol y mica, entre otros materiales, con estándares y certificaciones externas. Por ejemplo, para garantizar prácticas éticas y estándares laborales en toda la cadena de suministro de mica, Puig exige a los proveedores de mica que aporten trazabilidad y demuestren alineación con los estándares laborales de la Responsible Mica Initiative (RMI).
- Estos estándares abarcan prácticas medioambientales, de salud, seguridad, legales, económicas y de trabajo justo, incluida la prohibición del trabajo infantil.
- La política se alinea con estándares reconocidos internacionalmente. Estos estándares incluyen:
 - Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés)
 - Forest Stewardship Council (FSC)
 - Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC)
 - Responsible Mica Initiative – Global Workplace Standard for Mica Processors (RMI)
 - Global Organic Textile Standard (GOTS)
 - Global Recycled Standard (GRS)

Política de Minerales de Conflicto

Su intención es prevenir los impactos adversos importantes, como los abusos de derechos humanos, la corrupción y los conflictos, que pueden estar asociados con la extracción, el comercio, la manipulación y la exportación de minerales originados o extraídos en áreas afectadas por conflictos y de alto riesgo.

- Puig se compromete a trabajar con sus proveedores para garantizar que utilicen únicamente materiales obtenidos de manera responsable y que no financien ni beneficien, directa o indirectamente, a grupos armados en regiones afectadas por conflictos.
- La Política de Minerales de Conflicto establece los requisitos para todos los proveedores de Puig en relación con el uso de minerales 3TG (estaño, tantalio, tungsteno y oro) en sus productos.
- La política se alinea con estándares reconocidos internacionalmente. Estos estándares incluyen:
 - OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas (OECD Due Diligence Guidance).
 - Responsible Minerals Assurance Process (RMAP).
 - Responsible Mica Initiative (RMI).
 - European Union Conflict Minerals Regulation.

Procesos

S2-2

Puig cuenta con un proceso integral para auditar el rendimiento de los proveedores que incluye la participación de los trabajadores de la cadena de valor. Utilizando la metodología de auditorías SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) para evaluar distintos aspectos ESG, se realizan entrevistas con empleados de los proveedores durante las auditorías presenciales con el fin de recopilar información sobre sus opiniones y preocupaciones respecto a impactos reales y potenciales. La información recopilada en estas entrevistas se tiene en cuenta en las evaluaciones de los proveedores.

La frecuencia de las auditorías, y por ende de las entrevistas, depende del nivel de riesgo determinado para el proveedor y del tipo y número de incumplimientos identificados en auditorías previas.

El *Chief Sustainability Officer* es el responsable último de garantizar la participación de los trabajadores de los proveedores y de que sus aportaciones se incorporen en las evaluaciones de los proveedores. .

Puig se compromete a respetar los derechos humanos en toda su cadena de valor y participa activamente en iniciativas colaborativas que promueven prácticas responsables. La compañía forma parte de la Fair Labor Association (FLA), la Responsible Mica Initiative (RMI) y la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés). Estas alianzas ayudan a **Puig** a fortalecer su comprensión de las condiciones laborales y a impulsar la mejora continua en sus prácticas de abastecimiento.

La compañía está trabajando para garantizar que su proceso de debida diligencia en la cadena de suministro cumpla con la nueva legislación CS3D.

Compromiso de **Puig** con las personas en la cadena de valor

S2-3

Dadas las complejas dificultades que presentan las cadenas de suministro para las empresas a nivel global, **Puig** busca colaborar con sus proveedores para garantizar el cumplimiento del Código de Conducta para Proveedores.

Todos los proveedores deben aceptar el Código de Conducta para Proveedores antes de iniciar una relación comercial con **Puig**, así como aplicarlo dentro de sus propias políticas internas y operaciones empresariales. Los requisitos establecidos en el Código de Conducta para Proveedores forman parte del acuerdo entre **Puig** y el proveedor.

Si un Proveedor incumple el Código de Conducta para Proveedores, **Puig** adoptará las medidas que correspondan ante dicho incumplimiento. En función de la gravedad del incumplimiento, **Puig** podrá: i) exigir que el Proveedor implemente un plan de acción de medidas correctivas y de los plazos correspondientes para resolver la infracción con eficacia y prontitud; ii) decidir no renovar el contrato de suministro a su vencimiento; o iii) cesar de inmediato la relación comercial con el Proveedor.

Cualquier incumplimiento del Código de Conducta para Proveedores debe comunicarse de inmediato para que **Puig** pueda tomar las medidas adecuadas. Estas inquietudes pueden reportarse a través del Canal de Denuncias de **Puig**. Véase *Gobernanza, Políticas de conducta y cultura empresarial, Canal de Denuncias de Puig*.

Acciones

S2-4

Incorporación de proveedores

Puig apoya a su cadena de suministro en el respeto de los derechos humanos y los estándares laborales. Es esencial que todos los socios cumplan con los estándares sociales y éticos establecidos en el Código de Conducta para Proveedores de **Puig**. Para reforzar estos principios, la compañía activa varios mecanismos estratégicos.

Como se ha señalado, para trabajar con **Puig** todos los proveedores deben aceptar primero el Código de Conducta para Proveedores de **Puig**. En 2025, **Puig** volvió a emitir este Código (anteriormente denominado Política de Abastecimiento Sostenible) para alinearlos con los Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos, la Carta Internacional de Derechos Humanos, los Principios de Empoderamiento de las Mujeres de la ONU (WEPS) y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

A lo largo de 2026, **Puig** implementará progresivamente su Código de Conducta para Proveedores actualizado para que todos los proveedores lo acepten. Este enfoque por fases estará respaldado por una comunicación clara y recursos de formación, y también se integrará en los procesos de incorporación y cumplimiento de proveedores.

Puig también comparte la Política de Abastecimiento Responsable con los proveedores directos para que conozcan lo que se espera de ellos en cuanto al abastecimiento de determinados materiales e ingredientes.

Durante el proceso de incorporación, los proveedores deben indicar si cuentan con una puntuación EcoVadis. EcoVadis es un proveedor global de calificaciones de sostenibilidad que ayuda a las empresas a evaluar sus cadenas de suministro.

Se anima a los proveedores que aún no hayan sido evaluados por EcoVadis a que lo hagan en los próximos meses. La puntuación EcoVadis es un elemento importante en la evaluación de proveedores. Todos los proveedores deben tener una puntuación mínima de 45/100, el umbral de “Buen” rendimiento según la metodología EcoVadis.

Auditorías Presenciales y Remediación

Los proveedores deben completar el Cuestionario de Autoevaluación de Sedex (SAQ) y recibir una puntuación de riesgo, que tiene en cuenta las respuestas al SAQ, así como riesgos inherentes como la ubicación y la actividad. Sedex es una organización sin ánimo de lucro que ayuda a las empresas a mejorar el rendimiento ético de sus cadenas de suministro mediante el intercambio de datos, evaluaciones de riesgos y el marco de auditoría SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit).

En función de la puntuación de riesgo de Sedex, los proveedores se priorizan dentro del plan de auditorías sociales y éticas de la compañía. **Puig** lleva a cabo auditorías presenciales siguiendo la metodología de auditoría Sedex SMETA de 4 pilares. Las auditorías las realizan socios auditores externos e incluyen entrevistas con los trabajadores.

A través de las auditorías, **Puig** identifica impactos materiales y acuerda con los proveedores planes de acción para remediar los problemas. Los planes de acciones correctivas se supervisan para garantizar la implementación de soluciones oportunas y sostenibles. En los casos en que no se implemente una resolución adecuada de las acciones correctivas, la compañía se reserva el derecho de terminar la relación comercial con el proveedor.

Además, se lleva a cabo un Programa Anual de Auditoría Interna de forma presencial entre proveedores de materias primas, materiales de embalaje y terceros subcontratados. Este programa forma parte del Sistema de Gestión Integrado, que incluye gestión de calidad, buenas prácticas de fabricación, protección medioambiental y aspectos de salud y seguridad laboral. En 2025, se realizaron un total de 32 auditorías.

Mapeo de la cadena de suministro

Puig se compromete a generar transparencia y trazabilidad en toda la cadena de suministro. En este sentido, la compañía está dedicando tiempo y recursos a mapear las fábricas de los proveedores de nivel 1 y de los subcontratistas.

De forma paralela, dado que los riesgos sociales pueden encontrarse más allá de los proveedores de nivel 1, **Puig** mapea los países de origen de los ingredientes y materiales. Esta área de trabajo se apoya en plataformas de trazabilidad de terceros, así como en la cooperación con proveedores de nivel 1 y con iniciativas sectoriales como la Responsible Mica Initiative (RMI).

Puig está poniendo el foco en los ingredientes naturales de sus fragancias mediante el desarrollo de un marco de riesgo eco-social. Este marco implica mapear los ingredientes, evaluar su criticidad, priorizarlos e implementar los protocolos pertinentes. La compañía está colaborando con una consultora especializada en derechos humanos para validar el marco y definir protocolos para aspectos clave de la debida diligencia en derechos humanos y medioambiente.

Alianzas y Colaboraciones

Puig cree en la acción colectiva para impulsar un cambio positivo en toda la industria, incluida su participación en la iniciativa Harvesting the Future de la Fair Labor Association (FLA). La FLA es una red internacional que promueve los derechos humanos en las cadenas de suministro globales. Harvesting the Future es una iniciativa en la que participan varios grupos de interés destinada a abordar las violaciones de derechos humanos en las cadenas de suministro de jazmín en Egipto y de rosa en Turquía.

Harvesting the Future ha sido destacada por el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos como parte de los esfuerzos clave para combatir las violaciones de derechos humanos en la cadena de suministro del jazmín. Esto valida firmemente que la colaboración de grupos de interés entre empresas, sociedad civil y gobiernos es el camino a seguir.

Algunos de los principales logros de la iniciativa del jazmín son:

- 353 recolectores formados en habilidades emprendedoras (298 mujeres)
- 885 niños inscritos en actividades recreativas
- 22.000 recolectores visitados
- Equipos de Protección Personal (EPP) distribuidos a 11.340 trabajadores
- Proyecto de Código Laboral en revisión en la legislatura egipcia

Como miembro activo de la Responsible Mica Initiative (RMI), una iniciativa multi grupos de interés, **Puig** trabaja junto a empresas del sector y otros actores para eliminar el trabajo infantil y mejorar las

condiciones laborales en las cadenas de suministro de mica. Esto incluye mapear y rastrear el abastecimiento de mica para mejorar la transparencia; apoyar la formalización de las actividades de extracción y la participación comunitaria; y promover la acción colectiva para fortalecer la gobernanza local y los medios de vida.

En 2025, miembros de los equipos de Sostenibilidad de Charlotte Tilbury visitaron India junto con representantes de la RMI y empresas del sector con el fin de interactuar con proveedores locales, ONG y organizaciones comunitarias. La visita ofreció una visión directa de la complejidad de la cadena de suministro de mica, destacando tanto los desafíos como las oportunidades para acelerar el progreso.

Puig también es miembro de la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés), una iniciativa global que está transformando el sector mediante el desarrollo e implementación de estándares internacionales para la producción y el abastecimiento de aceite de palma sostenible certificado.

Colaborar con los proveedores en los tres ejes de la sostenibilidad (medioambiental, social y de gobernanza) es una de las prioridades de la compañía. En 2025, **Puig** lanzó una alianza con Hada, su fabricante externo de jabones, y Solidaridad, una ONG latinoamericana especializada en desarrollar cadenas de valor inclusivas y sostenibles, para garantizar el abastecimiento sostenible de aceite de palma en la producción de jabón. El proyecto tiene como objetivo asegurar la cero deforestación en la cadena de suministro de aceite de palma mediante el desarrollo de trazabilidad y la formación de agricultores colombianos de palma, además de contribuir positivamente a la prosperidad de sus comunidades.

Formación para empleados y proveedores

Todos los empleados de Charlotte Tilbury en todo el mundo deben completar una formación anual sobre esclavitud moderna.

En 2026 Charlotte Tilbury lanzará un servicio de formación digital para reforzar el conocimiento en cuanto a sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor. Las formaciones ofrecerán módulos de desarrollo de capacidades para proveedores, ayudándoles a prepararse para auditorías, comprender los requisitos e implementar medidas de remediación. Impartido mediante vídeos interactivos en varios idiomas, el programa está diseñado para marcas, *retailers* y proveedores, fomentando así la responsabilidad compartida y promoviendo prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro.

Dada la importancia de la colaboración con los proveedores, en 2025 se organizó un importante evento en Alcalá de Henares (España) con proveedores de fragancias. El evento, Día del Proveedor, reunió a 46 proveedores directos para presentar y debatir las principales prioridades de **Puig** en materia de negocio y sostenibilidad.

La eficacia de estas acciones se supervisa continuamente mediante evaluaciones a proveedores, auditorías, seguimiento de planes de acción correctiva y la revisión de los resultados de iniciativas específicas, lo que permite a **Puig** evaluar los avances y ajustar su enfoque para lograr mejoras significativas para los empleados a lo largo de toda la cadena de valor.

No se registraron incidentes en materia de derechos humanos ni violaciones graves de los derechos humanos en 2025 ni en 2024.

Objetivos y métricas

S2-5

Objetivos de la Agenda ESG 2030⁴⁰
(los objetivos N/A no tienen valor base; el año base solo identifica el año de inicio del plan)

Objetivos	Valor base	Año base	Año objetivo	Progreso 2025	Objetivo
90% del volumen de compras directas evaluado por EcoVadis o Sedex	N/A	2022	2030	94%	
80% del volumen de compras indirectas evaluado por EcoVadis o Sedex	N/A	2022	2030	35%	
100% de los proveedores evaluados con EcoVadis con una puntuación superior a 45/100	N/A	2022	2030	96%	
30% de los proveedores evaluados con EcoVadis con una puntuación superior a 75/100	N/A	2022	2030	49%	

Alcance

Fragancias

Fragancias y Cuidado de la piel

Fragancias, Cuidado de la piel y Maquillaje

Global

Todos los objetivos se establecen en línea con el Código de Conducta para Proveedores de **Puig**, que promueve prácticas de compra éticas.

La compañía ha logrado avances importantes en todos los objetivos, habiendo alcanzado ya para finales de 2025 la meta de evaluar el 90% del volumen de compras directas.

⁴⁰ Información adicional disponible en el anexo metodológico.

S4

Consumidores y usuarios finales

SBM-3



- I - El uso de sustancias químicas preocupantes por parte de **Puig** en sus productos tiene el potencial de afectar negativamente a la salud de los consumidores.
- I - El etiquetado inexacto o insuficiente de los productos y la comunicación comercial engañosa pueden perjudicar la salud de un grupo específico de consumidores.
- I + **Puig** puede contribuir a un cambio en el comportamiento de los consumidores concienciando públicamente sobre la importancia de la responsabilidad medioambiental y social.
- I + **Puig** puede contribuir a aumentar la concienciación sobre la diversidad, igualdad e inclusión en la industria abordando las necesidades diversas de la población.
- O Priorizar la satisfacción y la interacción de los consumidores supone una valiosa oportunidad para que **Puig** aumente la retención de clientes, las recomendaciones positivas de boca en boca y mejore la reputación de la marca.
- R Un etiquetado insuficiente y unas comunicaciones comerciales engañosas pueden llevar a sanciones, litigios y otras pérdidas financieras.

- Oportunidad

La seguridad y la satisfacción de los consumidores son prioritarias para **Puig**. La compañía garantiza unas evaluaciones rigurosas de los productos, una comunicación transparente y una experiencia inclusiva en todas sus Love Brands. Mediante la innovación basada en la ciencia y el marketing responsable, **Puig** contribuye a unas decisiones informadas y genera confianza a largo plazo, incorporando la sostenibilidad y los principios de diversidad, equidad e inclusión en su interacción con los consumidores

Información adicional sobre IROs materiales

Introducción del Apéndice C

Durante el análisis de doble materialidad, se analizó a los consumidores como un único grupo, sin consideraciones específicas sobre su ubicación, vulnerabilidad o poder adquisitivo. El proceso de integración de los impactos, riesgos y oportunidades del modelo de negocio está explicado en la descripción general del Análisis de Doble Materialidad. Véase IROs materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio.

Todos los impactos materiales negativos se consideran potenciales, sistémicos y generalizados, en lugar de vinculados a incidentes, productos o relaciones comerciales específicos. Todos los impactos, riesgos y oportunidades identificados como materiales se consideran vinculados a una dependencia de los consumidores de **Puig**, dado que una disminución en las ventas puede tener un efecto directo en la sostenibilidad del modelo de negocio.

Políticas

Introducción del Apéndice C

El enfoque de **Puig** para gestionar los impactos, riesgos y oportunidades materiales relacionados con los consumidores y usuarios finales está profundamente arraigado en su Código Ético y en su Política de Marketing Responsable. Estas políticas reflejan los esfuerzos de la compañía por asegurar un comportamiento empresarial responsable, respetando los derechos de los consumidores, y alineándose con los derechos humanos y los estándares empresariales éticos reconocidos internacionalmente.

Código Ético

Establece expectativas claras para todos los empleados y los socios comerciales, garantizando que las actividades comerciales de Puig cumplan con los más altos estándares éticos y legales.

Pilares fundamentales:

- El Código Ético de Puig establece que todo producto debe cumplir con los estándares más altos de calidad, seguridad, eficacia y excelencia industrial, antes de comercializarse. Este principio está profundamente integrado en nuestros procesos de desarrollo y regulación de los productos, lo que garantiza que el bienestar de los consumidores siga siendo el centro de nuestras operaciones.
- El Código Ético constituye la base de los principios empresariales y los compromisos éticos de Puig, orientando las interacciones de la compañía con los consumidores y la confianza de los usuarios finales.
- Véase Gobernanza, Políticas de conducta y cultura empresarial, para, entre otros temas, los compromisos de Puig con el respeto a los derechos humanos de todos sus grupos de interés, así como los mecanismos de denuncia y las medidas para mitigar posibles impactos negativos relacionados con los derechos humanos.

Política de Marketing Responsable

Establece principios específicos para interactuar con los consumidores de manera justa, ética y transparente. Esta política garantiza que los esfuerzos de marketing de Puig estén alineados con las mejores prácticas internacionales y las directrices de autorregulación del sector, fomentando una comunicación responsable en todos los puntos de contacto con el consumidor.

Pilares fundamentales:

- Un aspecto clave de esta política es promover un enfoque centrado en el consumidor, asegurando que todos los materiales de marketing estén diseñados con respeto a los derechos y el bienestar de los consumidores. Puig presta especial atención a evitar cualquier publicidad o mensaje que pueda resultar engañoso, perjudicial o discriminatorio. La compañía también reconoce la importancia de proteger a los grupos de consumidores vulnerables, como los menores, y evita activamente estrategias de marketing que puedan vulnerar sus sensibilidades. La sostenibilidad desempeña un papel fundamental en el enfoque de marketing de Puig. La compañía integra su compromiso con la responsabilidad ambiental y social en sus mensajes de marca, garantizando que todas las afirmaciones sobre sostenibilidad sean precisas, transparentes y verificables. De este modo, Puig busca fomentar un consumo responsable, al mismo tiempo que refuerza su compromiso con prácticas empresariales éticas.

- Más allá del cumplimiento normativo, Puig trabaja activamente para minimizar el impacto ambiental y social a lo largo de todo el ciclo de vida del producto. Toda la información sobre productos y los esfuerzos de marketing y publicidad deben estar fundamentados, ser veraces y justos, evitando cualquier forma de comunicación engañosa o equívoca.

Procesos

Interacción con los consumidores

Introducción
del apéndice C

Naturaleza de la
interacción

Los procesos de interacción de **Puig** con los consumidores y usuarios finales sobre impactos positivos relacionados con la responsabilidad medioambiental y social, así como con la diversidad, equidad e inclusión, tienden a ser descentralizados y flexibles, variando según la marca, y aún no se han formalizado o estandarizado plenamente en el conjunto de la organización. Si bien los mecanismos para obtener valoraciones específicas sobre aspectos ESG son limitados, la interacción de los consumidores se produce a través de una combinación de canales proactivos y reactivos, y sus aportaciones se tienen en cuenta cada vez más en la toma de decisiones.

La interacción con los consumidores es un tipo de comunicación principalmente unidireccional, destinada a informar y educar sobre los compromisos ESG a través de:

- Envases y etiquetas de los productos
- Publicidad y activos digitales
- Expositores en tiendas físicas
- Contenido de redes sociales

En el diálogo con los consumidores, se actúa más como emisor que como receptor, aunque las políticas internas garantizan que los productos y las operaciones respeten los principios de diversidad, equidad e inclusión y los de responsabilidad medioambiental.

Canales para
comentarios de los
consumidores

Puig proporciona diferentes canales para que los consumidores contacten con la compañía sobre cualquier tema, incluidos los relacionados con ESG. Algunos de estos son:

- **Redes sociales:** La escucha constante en las redes permite monitorear el sentimiento de los consumidores e identificar conversaciones sobre cuestiones ESG.
- **Puntos de contacto físicos:** Ocasionalmente, las tiendas propias y los centros termales llevan a cabo encuestas de satisfacción.

Los comentarios recibidos a través de estos canales se consolidan y se analizan periódicamente (mensual y anualmente) mediante cuadros de mando e informes. Cualquier problema se remite a los equipos pertinentes (Regulatorio, Comunicación, Marketing o I+D) según los protocolos establecidos. Existen respuestas previamente aprobadas para las consultas habituales, mientras que las cuestiones complejas o sensibles se remiten según los procedimientos.

Interacción proactiva

- **Pruebas previas de productos:** Para los grandes lanzamientos de productos, se llevan a cabo pruebas previas con consumidores, lo que ofrece la oportunidad de incorporar sus comentarios, incluidos los aspectos ESG.
- **Seguimiento de percepción de marca:** algunas marcas llevan a cabo estudios de seguimiento trimestrales o anuales que incluyen atributos relativos a la sostenibilidad y la responsabilidad social.
- **Estudios ad-hoc:** Se han llevado a cabo investigaciones ocasionales sobre temas ESG, especialmente en la categoría de fragancias.

Uso de información externa

Puig aprovecha los informes sindicados y públicos de terceros para entender las actitudes de los consumidores con respecto a los temas de ESG y evaluar las implicaciones para la estrategia de marca y el desarrollo de productos.

Integración en la toma de decisiones

Las conclusiones extraídas de encuestas, monitorización de redes sociales y otros canales se analizan en sesiones estructuradas en las que participan líderes de marketing locales y globales y, cuando corresponde, la dirección ejecutiva. Aunque estos foros incorporan *feedback* relacionado con ESG, actualmente no existe una estructura de gobernanza centralizada dedicada exclusivamente a gestionar este tipo de información.

Visión de futuro

Aunque no existe todavía ningún indicador global predefinido que sirva para hacer el seguimiento de la interacción de los consumidores en este tema (por ejemplo, el número de consultas referidas a cuestiones ESG), la importancia creciente que han adquirido las cuestiones sobre ESG ha aumentado la concienciación sobre la necesidad de medir de forma más sistemática el impacto de nuestras acciones en la percepción de los consumidores.

Canales de corrección

Introducción
del apéndice C

La compañía ha establecido procesos claros para identificar, evaluar y remediar posibles impactos negativos relacionados con sus productos, así como múltiples canales para que los consumidores puedan expresar sus inquietudes. Estos mecanismos están diseñados para proporcionar respuestas oportunas, garantizar transparencia y mantener el cumplimiento normativo.

Canales para expresar quejas sobre productos

Los consumidores pueden presentar sus inquietudes a través de diferentes canales: chat, teléfono, sitio web, correo electrónico, redes sociales y secciones “Contáctanos” específicas en los sitios web de **Puig** y de las marcas. Para los asuntos relativos a productos, hay disponibles líneas de atención telefónica y buzones de Calidad en Mercados. Todos los datos de los consumidores se protegen en cumplimiento del RGPD.

Todos los canales funcionan con los estándares más altos de confidencialidad, lo que garantiza la privacidad, la protección contra represalias y las respuestas puntuales y minuciosas de todas las denuncias.

Gobernanza y supervisión futuras

La gestión de las quejas de los consumidores recae en equipos multilingües, para asegurar una respuesta puntual y culturalmente sensible. Todas las quejas se abordan con la máxima celeridad posible. Cuando la queja implica alguna reacción asociada con la salud, la compañía tiene el compromiso de iniciar el primer contacto con el consumidor antes de 48 horas desde su recepción.

Para el seguimiento de los casos se usa un proceso de resolución estructurado, con plazos definidos. Todas las quejas se registran y evalúan por parte de expertos dedicados, a partir de un análisis de la causa raíz.

Puig evalúa la percepción y confianza de los consumidores en sus mecanismos de denuncia a través de encuestas y sistemas de feedback continuos.

Integración en la gestión de riesgos

La información de las quejas se analiza para identificar riesgos sistémicos y se introduce en los procesos de gestión de riesgos. Se implementan oportunamente medidas correctoras para prevenir la recurrencia.

El Canal de Denuncias

Además de sus mecanismos de reclamación, **Puig** proporciona el Canal de Denuncias, una plataforma para plantear asuntos relacionados con el respeto de los valores de la compañía establecidos en el Código Ético. Este canal permite enviar comentarios no solo sobre los productos, sino también sobre el respeto de los valores de **Puig**, garantizando que estas cuestiones se aborden de manera confidencial, que haya protección contra represalias y que la respuesta sea puntual. Véase [Gobernanza](#), [Políticas de conducta y cultura empresarial](#), [Canal de Denuncias de Puig](#).

Si bien **Puig** ya mantiene mecanismos sólidos para la gestión de asuntos con los consumidores, sigue comprometida con la mejora continua de sus procesos mediante la incorporación de nuevas tecnologías y mejores prácticas para fortalecer la seguridad, transparencia y confianza del consumidor.

Acciones

Introducción
del apéndice C

Guiada por sus valores y un profundo conocimiento de las expectativas de los consumidores, **Puig** refuerza continuamente sus prácticas para asegurar la calidad, la transparencia y la confianza. Mediante iniciativas dirigidas, **Puig** trabaja para mejorar cada una de las interacciones con sus productos y servicios, fomentando unas relaciones a largo plazo basadas en la responsabilidad y el respeto.

Seguridad del producto

- **Abastecimiento responsable:** Puig obtiene su materia prima exclusivamente de proveedores acreditados y reconocidos internacionalmente. Todos los materiales se someten a rigurosas pruebas conforme a los protocolos establecidos por el departamento de Calidad de Puig para garantizar su calidad, seguridad y trazabilidad.
- **Evaluación de seguridad previa a la comercialización:** Cada materia prima y cada fórmula terminada se someten a exhaustivas evaluaciones de seguridad antes de su lanzamiento comercial. Estas evaluaciones aseguran el cumplimiento de las regulaciones internacionales sobre cosméticos y los últimos estándares científicos en toxicología y dermatología.
- **Monitoreo continuo:** Puig mantiene una vigilancia constante de los desarrollos científicos para actualizar sus protocolos de seguridad e invierte en investigación y desarrollo para incorporar métodos de prueba de vanguardia, como las alternativas no animales. El monitoreo se extiende al cumplimiento de las normas sanitarias, ambientales y químicas a lo largo de toda la cadena de suministro.
- **Vigilancia posterior a la comercialización:** Existe un sistema sólido para monitorizar la seguridad y el rendimiento de los productos tras su lanzamiento. Este sistema incluye la recopilación y el análisis del *feedback* de los consumidores, los informes de acontecimientos adversos y la literatura científica, con el fin de identificar y gestionar rápidamente los riesgos emergentes. Cuando es necesario, se implementan medidas para garantizar la seguridad y el cumplimiento normativo a lo largo de todo el ciclo de vida del producto.
- **Gestión de riesgos y auditoría:** Puig lleva a cabo evaluaciones de riesgos regulares y auditorías sistemáticas para velar por la seguridad de los consumidores y mantener la integridad de la cadena de suministro. Nuestros procesos de seguridad y calidad son objeto de frecuentes revisiones internas y auditorías externas independientes que aseguran su fiabilidad y robustez y el pleno cumplimiento de los estándares internacionales. Estas medidas refuerzan nuestro compromiso con la transparencia y la mejora continua de todas las operaciones.
- **Integración de la sostenibilidad:** Puig prioriza el uso de ingredientes y materiales de envasado respetuosos con el medioambiente, asegurando que las evaluaciones de seguridad de los productos también tengan en cuenta el impacto ecológico, la capacidad biodegradable y el cumplimiento de los estándares de sostenibilidad.

Marketing responsable

Todas las comunicaciones de marketing deben ser claras, precisas y verificables. Puig prohíbe estrictamente las afirmaciones engañosas sobre rendimiento de los productos, atributos de sostenibilidad o beneficios de los ingredientes.

Las campañas publicitarias están diseñadas para respetar y celebrar la diversidad en todas sus formas (género, etnia, edad y representación cultural), asegurando que los mensajes de Puig promuevan la inclusión y eviten los estereotipos.

Puig integra la sostenibilidad en el relato de la marca de manera responsable. Las afirmaciones sobre el impacto medioambiental o social están respaldadas por datos y alineadas con las normas reconocidas (por ejemplo, ISO).

Las iniciativas de marketing tienen por objeto empoderar a los consumidores ofreciéndoles información transparente sobre la composición de los productos, el abastecimiento y el impacto medioambiental, para fomentar unas decisiones de compra informadas y responsables.

Puig monitorea y evalúa continuamente la efectividad de sus iniciativas a través del feedback recopilado mediante los mecanismos de interacción y los canales de comunicación mencionados anteriormente en este capítulo. Los insights obtenidos de las encuestas permiten a **Puig** evaluar los cambios en la percepción de la marca por parte de los consumidores, mientras que los casos específicos reportados a través de los distintos canales permiten a la compañía tomar acciones más focalizadas.

Charlotte Tilbury

- **Women for Women International:** Durante la temporada navideña de 2025, Charlotte Tilbury donó un porcentaje de las ventas online de sus 2025 Holiday Stocking y de la nueva fragancia Star Confidence a esta asociación benéfica con la que hace tiempo que colabora, contribuyendo a su trabajo de ayuda a reconstruir las vidas de las mujeres y niñas de 17 países en conflicto. La iniciativa se dio a conocer a través de las redes sociales y el comercio electrónico.

Apivita

- **Programa Billion Bees:** El programa Billion Bees de Apivita no solo protege a las polinizadoras y restaura la biodiversidad, sino que anima a los consumidores a implicarse y conocer la importancia que tienen las abejas en el ecosistema, así como a los socios B2B (distribuidores) y a los clientes B2B (farmacias) nacionales a participar y a crear valor conjuntamente para los clientes.

Uriage

- **Octubre Rose:** Durante el mes de octubre, Uriage se movilizó en apoyo de la lucha contra el cáncer de mama a través de numerosas iniciativas de sensibilización. A nivel externo, se llevaron a cabo varias iniciativas en el marco de conferencias, seminarios y en el Centro Termal Terapéutico de Uriage, en contacto directo con los huéspedes del spa.

Penhaligon's

- **Daphne Bouquet,** una fragancia lanzada en 2025, y Highgrove Bouquet, donaron el 10 % de sus ingresos a The Kings' Foundation para contribuir a financiar los programas formativos y educativos de esta fundación benéfica. Este compromiso se comunica en el anverso del envase secundario del producto.

Objetivos y métricas

Introducción
del apéndice C

Debido a los altos estándares de calidad inherentes al sector, impulsados por los requisitos regulatorios con los que **Puig** debe cumplir en todos sus productos, tanto en términos de calidad de las materias primas como de los procesos de producción y los controles asociados, la compañía trabaja, entre otros objetivos, para minimizar el número de quejas recibidas y prevenir cualquier posible impacto adverso en los consumidores y usuarios finales.

No se recibió ninguna queja de consumidores en la categoría de violaciones de los derechos humanos durante 2024 ni 2025.



4

Gobernanza

G1

Conducta empresarial

IRO materiales relacionados con la conducta empresarial SBM-3

		
Actividad upstream	Operaciones propias	Actividad downstream
R Las violaciones de las leyes de anticorrupción, antisoborno y de transparencia de pagos en el ámbito de la relación con los proveedores y la selección de compradores, así como la asignación de contratos de venta, que pueden implicar sobornos y conflictos de intereses, podrían dar lugar a costes extraordinarios significativos, mayores costes sostenidos de cumplimiento y/o un perjuicio a la reputación de Puig .	R El incumplimiento de las leyes y regulaciones podría dar lugar a mayores costes de cumplimiento, la pérdida de incentivos financieros, la insatisfacción de los grupos de interés, el perjuicio a la reputación y multas o sanciones.	

Tipología IRO Materialidad de impacto I+ Positivo I- Negativo Materialidad financiera R Riesgo O Oportunidad	Esta sección describe el marco de gobernanza de Puig en cuanto a la conducta empresarial y el papel de la función de cumplimiento en la promoción de prácticas éticas, responsables y sostenibles. Explica la supervisión que ejerce el Consejo de Administración y sus comités, el papel fundamental del Código Ético y las políticas que lo desarrollan, así como los mecanismos establecidos para fomentar una cultura ética, incluyendo la formación, la comunicación desde el liderazgo y un Canal de Denuncias seguro. Asimismo, aborda la gestión de riesgos significativos relacionados con la conducta empresarial en las operaciones de Puig y en su cadena de valor tales como la corrupción, la gestión de las relaciones con proveedores y las condiciones de pago.
---	--

Participación de los órganos de supervisión en la definición de la cultura empresarial

GOV-1

Puig promueve una conducta empresarial ética a través de su Código Ético, un pilar fundamental del marco de gobernanza y sostenibilidad de la compañía. Como base de la estructura regulatoria de **Puig**, el Código Ético establece principios claros de integridad, transparencia y respeto. Estos principios se refuerzan mediante otras políticas, como la Política de Cumplimiento y Prevención de Delitos, diseñada para garantizar la adhesión a los estándares éticos y mitigar riesgos como los derivados de la corrupción y el fraude.

El Consejo de Administración, con el apoyo de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y la Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social, tiene la misión de supervisar la aplicación de estos principios. Estos órganos aseguran el cumplimiento normativo, supervisan proactivamente los riesgos y alinean las prácticas empresariales de **Puig** con sus compromisos en materia de sostenibilidad.

El Consejo de Administración, compuesto por líderes con amplia experiencia en cumplimiento normativo, ética y sostenibilidad, vela por el cumplimiento del Código Ético de **Puig** a la vez que impulsa la adopción de prácticas éticas en toda la organización. Por su parte, en su función de apoyo al Consejo de Administración, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento proyecta su actividad sobre el cumplimiento normativo y la gestión de riesgos, mientras que la Comisión de Sostenibilidad y Responsabilidad Social armoniza la gobernanza con los objetivos medioambientales y sociales de **Puig**. Ambas comisiones están formadas por consejeros independientes.

El *Chief Compliance Officer*, que reporta a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, supervisa la implementación del modelo de cumplimiento normativo de la compañía, asegurando su ejecución efectiva y abordando los riesgos de manera proactiva. Tras obtener la certificación CESCO de ASCOM en 2024, dos miembros del equipo de cumplimiento, incluido el *Chief Compliance Officer*, participaron en 2025 en actividades formativas impartidas por ASCOM, vinculadas al despliegue del modelo de cumplimiento y en materia de anticorrupción.

Políticas de conducta y cultura empresarial

G1-1

La cultura de **Puig**, su propósito como compañía, sus valores y los comportamientos esperados por parte de sus empleados, que reflejan y transmiten esta forma única de hacer negocios, - The **Puig** Way - están descritos en el Código Ético de **Puig** y se fundamentan en la curiosidad, el entusiasmo y la audacia emprendedora.

El Código Ético es una herramienta esencial para proteger y reforzar estos valores, asegurando que cada decisión esté alineada con la visión a largo plazo de la compañía. Tratándose de un documento vivo, se revisa periódicamente para adaptarse a las necesidades cambiantes de la compañía y al contexto global, garantizando que **Puig** siga siendo una organización responsable y con visión de futuro.

El Código Ético refuerza la ambición de **Puig** por un crecimiento sostenible, asegurando que el éxito empresarial vaya de la mano del respeto por las personas y el planeta. Alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, establece principios claros para reducir el impacto medioambiental, la construcción de relaciones sólidas con la comunidad y la creación de valor a largo plazo para la sociedad. Además, refuerza el compromiso de **Puig** con la diversidad, la inclusión y los derechos humanos, asegurando la igualdad de oportunidades y prácticas laborales éticas en todas sus operaciones.

La compañía requiere que todos los empleados que se incorporan a **Puig** completen un curso de formación online sobre el Código Ético, en el que se explican sus contenidos a través de diferentes escenarios relacionados con el negocio. Al finalizar la formación, los empleados deben confirmar la aceptación de cumplimiento del Código Ético.

El portal interno Ethics Home proporciona a los empleados un punto de acceso donde la cultura de la compañía se explica y presenta a través de su arquitectura regulatoria interna. En este portal se encuentran alojados el Código Ético, las políticas corporativas, el acceso al Canal de Denuncias y una serie de mensajes del Presidente ejecutivo que explican la cultura corporativa y el propósito del Código Ético. Para garantizar la máxima participación de los empleados de **Puig** a nivel mundial, la formación se ofrece en 19 idiomas, al igual que los principales estándares corporativos, incluyendo las políticas corporativas y el propio Código Ético.

El área de Comunicación Corporativa, en colaboración con la función de *Compliance* se asegura de que los directivos, encabezados por el Presidente ejecutivo, ejerzan su papel de liderazgo para promover activamente una cultura responsable a través de diversas iniciativas de ética empresarial. Durante 2025, dichas iniciativas dieron lugar a distintas comunicaciones que abordaron temas como la diversidad, actualizaciones de políticas, herramientas corporativas y el mensaje de fin de año y en todas ellas se hizo referencia constante al Código Ético como guía para la toma de decisiones éticas en toda la organización.

La Política de Anticorrupción de **Puig** está diseñada para prevenir, detectar y abordar cualquier acto de corrupción o soborno en la organización. Esta política prohíbe estrictamente todas las formas de corrupción, incluyendo, entre otros supuestos, el soborno, los pagos de facilitación y las prácticas fraudulentas. La política refleja los principios fundamentales de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción (UNCAC).

Puig revisa y actualiza continuamente su política para adecuarla a las mejores prácticas internacionales.

Canal de Denuncias de Puig

El Canal de Denuncias de **Puig** es un ejemplo de las herramientas y procesos que la compañía ha implementado para apoyar la conducta ética, fomentar la transparencia y proteger los derechos humanos, tal como se describe en el Código Ético, la Política de Derechos Humanos y la Política y el Procedimiento del Canal de Denuncias. Es un pilar fundamental de la cultura *Speak Up*, y ofrece un mecanismo seguro, confidencial e independiente para que los empleados, socios comerciales, empleados de la cadena de valor, consumidores y otros grupos de interés puedan reportar conductas no éticas o violaciones del Código Ético, de las políticas internas o de las leyes aplicables.

Gestionado por una entidad independiente externa (NAVEX), el canal garantiza la confidencialidad y el anonimato de las personas informantes, preservando al mismo tiempo la integridad y la protección de los datos personales.

El Canal de Denuncias es un medio seguro para que los empleados de **Puig** informen sobre conductas indebidas en el lugar de trabajo o posibles violaciones de los derechos humanos. Asimismo, su uso se hace extensible a los empleados de la cadena de valor. También permite a los consumidores y usuarios finales plantear inquietudes relacionadas con la

seguridad del producto, prácticas empresariales éticas u otras cuestiones, reforzando el compromiso de **Puig** con la confianza y la responsabilidad ante todos sus grupos de interés.

El canal está plenamente alineado con la Directiva UE 2019/1937 del Parlamento Europeo y del Consejo, y con la Ley española 2/2023, de 20 de febrero, que regulan la protección de las personas que informan sobre infracciones normativas y abordan la lucha contra la corrupción.

Entre las garantías establecidas por la Política y Procedimiento del Canal de Denuncias se incluyen:

- **Confidencialidad:** la identidad del denunciante, así como la de cualquier tercero mencionado y las acciones adoptadas durante la investigación se mantienen de forma estrictamente confidencial.
- **Anonimato:** las denuncias pueden realizarse de forma anónima y se tratan con el mismo nivel de consideración que aquellas presentadas de manera identificada.
- **Protección contra represalias:** toda persona que realice una denuncia de buena fe está protegida frente a cualquier tipo de represalia, discriminación o penalización que pueda derivarse de su denuncia.
- **Independencia en la gestión de denuncias:** el canal opera de manera independiente y bajo la supervisión del *Chief Compliance Officer*, y está accesible para todos los grupos de interés a través de una plataforma segura online. Esto garantiza una gestión imparcial de las denuncias, con actualizaciones periódicas al Consejo de Administración y a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento de **Puig**.

Estos principios aseguran el cumplimiento de los más altos estándares legales y de integridad ética.

Se acusa recibo de las denuncias recibidas en un plazo de siete días y, como regla general, se resuelven en un plazo de tres meses, ampliable a seis meses en casos complejos. Toda la actividad relacionada con un caso reportado a través del Canal de Denuncias queda debidamente registrada en la plataforma NAVEX, que mantiene un registro del contenido, la titularidad y la fecha de cada denuncia.

Puig monitoriza el nivel de conocimiento y confianza en su Canal de Denuncias entre los empleados en **Puig** y grupos de interés externos mediante actividades de comunicación y revisando su uso y funcionamiento a través de análisis comparativos periódicos proporcionados por NAVEX. La concienciación sobre el canal se promueve internamente mediante iniciativas específicas. Los grupos de interés externos pueden acceder al canal a través de la página web de la compañía y del sitio web específico establecido, y se pone a disposición de los proveedores a través del Código de Conducta para Proveedores. La confianza en el Canal de Denuncias se mide mediante indicadores tales como el número y tipo de denuncias, los plazos de gestión de los casos, los resultados y las acciones de seguimiento. Esta información se utiliza para aumentar la concienciación y mejorar la eficacia del Canal de Denuncias.

Puig también promueve sesiones de formación periódicas e iniciativas de comunicación para garantizar que todos los grupos de interés conozcan los procedimientos de denuncia y sus derechos. Durante 2025, el equipo de *Compliance*, junto con el Vicepresidente Regional

y Recursos Humanos, llevó a cabo una serie de acciones de sensibilización en las unidades de negocio de la región de Latam. Como parte de esta iniciativa, se convocó a los empleados de **Puig** en dicha región a sesiones informativas sobre cuándo y cómo utilizar el Canal de Denuncias, el proceso de investigación y sus garantías, así como el claro compromiso de la compañía, amparado por el Presidente y Consejero Delegado, de apoyar a cualquier persona trabajadora de **Puig** que denuncie un comportamiento presuntamente poco ético o ilegal.

Al abordar las preocupaciones planteadas por los empleados de **Puig**, los empleados de la cadena de valor y los consumidores, **Puig** fomenta una cultura ética que prioriza la transparencia, la equidad y el respeto por los derechos humanos. Este marco inclusivo fortalece la confianza en todo su ecosistema y consolida el compromiso de **Puig** con las prácticas empresariales sostenibles y responsables.

Cada año se desarrollan nuevas iniciativas de formación, que se priorizan y ofrecen a nivel global o a determinadas partes de la organización en función de los niveles de exposición percibidos y las necesidades formativas. En el ámbito de la corrupción y el soborno, no se ha realizado un análisis formal de riesgos para identificar qué funciones específicas están más expuestas, por lo que las medidas de prevención y sensibilización se aplican de manera transversal a toda la organización con el objetivo de garantizar que todos los empleados de **Puig** estén adecuadamente formados e informados.

Actividades de aprendizaje y concienciación

Formación en el Código Ético

El Código Ético de **Puig** refleja el compromiso de la compañía de proporcionar a sus empleados formación continua sobre los valores de **Puig**.

La formación online sobre el Código Ético, lanzada en 2024, presenta el Código de manera sencilla y visualmente atractiva y reta a los empleados a demostrar su comprensión básica aplicando sus principios para tomar decisiones éticas adecuadas en diferentes situaciones profesionales. La formación refuerza la importancia de comunicar cualquier sospecha de incumplimientos del Código Ético y de hacer uso del Canal de Denuncias a tal efecto.

Además, la formación incluye la aceptación formal del Código Ético y un enfoque específico en situaciones de especial relevancia en el contexto de **Puig** como compañía cotizada tales como anticorrupción, protección de datos y reputación corporativa. Está disponible en los principales idiomas de todas las unidades de negocio de **Puig** (19 en total) y tiene una duración media de unos 30 minutos.

Todos los empleados que se incorporan a **Puig** deben completar la formación en el Código Ético como parte de su proceso de inducción. Asimismo, los proveedores externos también deben aceptar su contenido.

La formación en ESG

La formación en ESG se lanzó por primera vez en 2022 para todos los empleados de **Puig** y, en la actualidad, se exige a las nuevas incorporaciones que la completen durante su periodo de inducción. La formación presenta la Agenda ESG 2030 de Puig y de los temas incluidos en la Política ESG, con especial énfasis en el pilar medioambiental.

El análisis de las denuncias recibidas a través del Canal de Denuncias desde una perspectiva de su distribución geográfica reveló un menor nivel de uso

del Canal de Denuncias en las unidades de negocio de Latinoamérica en comparación con el referente externo para dicha región.

En respuesta a esta situación, se llevó a cabo una serie de acciones promovidas por el *Chief Compliance Officer* junto con el VP Latam y los equipos locales de Recursos Humanos, con el objetivo de explicar la cultura de *Speak Up* de la compañía y el papel del Canal de Denuncias. Estas acciones se coordinaron inicialmente con los directivos de la región y posteriormente desplegaron a través de varias sesiones online con todos los empleados de las siete unidades de negocio de fragancias de la región.

Formación en defensa de la competencia (Antitrust)

La formación en materia de Defensa de la Competencia (Antitrust) se lanzó en 2023 para presentar y explicar la Política Antitrust a un grupo de empleados de **Puig** seleccionadas en función de su posible exposición al riesgo en materia de defensa de la competencia, específicamente, se dirigió a aquellos que manejan información comercial sensible de **Puig**, así como a quienes están en contacto con clientes y competidores de **Puig** y la alta dirección. La formación elaborada internamente con asesoramiento externo se centra en presentar la legislación y los riesgos en el ámbito de defensa de la competencia.

En 2025 se preparó una nueva versión de la formación que incluye ejemplos actualizados de incidentes relacionados con la normativa sobre defensa de la competencia y se encuentra alineada con la nueva identidad visual de la compañía. Las posiciones a las que se ofrecerá esta formación también han sido sujetas a revisión y actualización. Esta versión del curso se lanzará en el primer trimestre de 2026 a través de la plataforma interna de formación de **Puig**.

Formación en ciberseguridad

Por su parte, se llevó a cabo una iniciativa de concienciación sobre seguridad de la información basada en casos reales. Esta formación, bajo el nombre de Hack Stories, tenía como objetivo concienciar a los empleados de **Puig** sobre la facilidad con la que se puede caer en las trampas diseñadas por los ciberdelincuentes.

La formación se reforzó mediante la publicación de artículos, infografías y vídeos sobre los temas considerados más relevantes o que suponían un mayor riesgo para la compañía. Estas publicaciones se difundieron mensualmente.

Además, continuaron las simulaciones de phishing ya realizadas en los últimos años que se reforzaron con simulaciones de vishing (llamadas de voz telefónicas fraudulentas) y smishing (mensajes SMS fraudulentos). Estos ejercicios permitieron evaluar el nivel de concienciación de los empleados sobre otras formas habituales de ciberataque.

Gestión de relaciones con proveedores

G1-2

Guiada por el Código Ético de **Puig** y el Código de Conducta para Proveedores, la compañía promueve relaciones de negocio alineadas con sus objetivos de sostenibilidad, garantizando al mismo tiempo el cumplimiento y la adhesión a los estándares internacionales. Aunque **Puig** no ha establecido una política dirigida específicamente a los pagos a proveedores, sí está comprometida con el cumplimiento de todas las obligaciones legales aplicables vinculadas a garantizar la equidad y la transparencia de sus procesos.

Puig integra la sostenibilidad en su estrategia de aprovisionamiento mediante la incorporación de criterios sociales y medioambientales en sus procesos de selección y evaluación de proveedores. El Código de Conducta para Proveedores exige a los proveedores:

- Garantizar el respeto por los derechos humanos y adoptar prácticas laborales justas, que incluyen la prohibición del trabajo forzoso, el trabajo infantil y la discriminación.
- Asegurar operaciones medioambientalmente responsables que reduzcan las emisiones de gases de efecto invernadero y cumplan con los estándares de abastecimiento sostenible.
- Adoptar la transparencia y el cumplimiento de los estándares de gobernanza de **Puig**, lo que incluye la adhesión a prácticas anticorrupción y medidas para la protección de datos.

Complementando estos principios en el ámbito de los riesgos de la cadena de suministro, **Puig** cuenta con un programa de auditoría de proveedores que incluye criterios medioambientales y que, a partir de 2025, incorpora evaluaciones sociales. Puede encontrarse más información al respecto en [Social](#), [Las personas en la cadena de valor](#).

Puig exige a sus proveedores el cumplimiento de sus estándares de sostenibilidad, que devienen contractualmente exigibles. El incumplimiento de estos estándares puede derivar en la implementación de planes de acción correctivos a través de los cuales se solicita a los proveedores que implementen las medidas de remediación adecuadas a los incumplimientos identificados. En caso de incumplimientos reiterados puede plantearse la terminación de la relación comercial.

Además, **Puig** fomenta que sus proveedores adopten prácticas de mejora continua, especialmente en gestión medioambiental, uso de energías renovables y eficiencia en el uso de recursos.

Prevención y detección de la corrupción y el soborno

G1-3

El Código Ético establece la tolerancia cero de la compañía ante prácticas empresariales corruptas, principio que se desarrolla en mayor detalle en la Política de Anticorrupción, definida como una política corporativa fundamental. Los principios de la Política de Anticorrupción se explican en la formación sobre el Código Ético, que incluye escenarios relacionados con conflictos de interés y pagos de facilitación.

La identificación y gestión de los riesgos relacionados con la corrupción y el soborno es un pilar fundamental del marco de cumplimiento de **Puig** establecido por su Política de Anticorrupción, garantizando una mitigación proactiva del riesgo en todas las operaciones. Se ha diseñado un sistema integral para prevenir, detectar, investigar y resolver incidentes de corrupción y soborno. En este sentido, se han implementado acciones preventivas mediante el despliegue de controles

específicos, asignados a responsables tanto a nivel global como local, para abordar estos riesgos.

Por otro lado, el Canal de Denuncias de **Puig** es el mecanismo principal y seguro para reportar este tipo de incidentes. Todos los casos se gestionan por el área de *Corporate Compliance*, una función que opera de manera autónoma y que reporta exclusivamente a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Esta estructura de gobernanza garantiza la independencia de las investigaciones y asegura la imparcialidad del proceso.

Los hallazgos significativos se comunican a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, asegurando la supervisión y la rendición de cuentas, mientras que la implementación de las medidas correspondientes se asegura a través de otras áreas operativas de la compañía.

La Política de Anticorrupción está disponible públicamente en el sitio web de **Puig** y en la plataforma NAVEX, que aloja el Canal de Denuncias de la compañía. Asimismo, los empleados pueden acceder a ella en el portal interno Ethics Home.

Los proveedores externos deben aceptar los principios de la Política de Anticorrupción cuando firman el Código de Conducta para proveedores como parte del proceso de registro de proveedores. En 2025, se mejoró el proceso de debida diligencia de proveedores relativo a las medidas anticorrupción, incorporando como referencia el Índice de Percepción de la Corrupción definido por Transparencia Internacional – La Coalición Global contra la Corrupción. Este proceso reforzado facilita una identificación más precisa de los posibles riesgos de corrupción y permite su evaluación integral.

La tolerancia cero de la compañía hacia las prácticas empresariales corruptas se pone de manifiesto en la formación del Código Ético, que incluye secciones específicamente dedicadas a la anticorrupción. Además, el Presidente y Consejero Delegado, junto con otros directivos patrocinan, promueven y reiteran con regularidad el compromiso de **Puig** con la conducta empresarial ética, incluida la prevención y lucha contra la corrupción.

Puig aplica medidas de prevención y concienciación sobre la corrupción y el soborno en toda la organización. No se ha realizado un análisis de riesgos específico para puestos o departamentos concretos, ya que el enfoque de la compañía se centra en garantizar que todos los empleados de **Puig** estén adecuadamente formados e informados para mantener los estándares éticos y la integridad en todas las áreas de actividad. Durante 2025, todos los empleados de **Puig** de nueva incorporación recibieron formación que incluía los riesgos de corrupción y soborno como parte de la formación sobre el Código Ético.

El área de *Corporate Compliance* está trabajando con el equipo de cumplimiento de Charlotte Tilbury en el desarrollo de una formación sobre delitos financieros basada en la formación que ya ofrece Charlotte Tilbury a sus empleados. Este nuevo módulo formativo se extenderá a la anticorrupción, así como los delitos corporativos de evasión fiscal, fraude y blanqueo de capitales, y se ofrecerá a los empleados de **Puig** durante el primer semestre de 2026.

En paralelo, y como parte de la evaluación de riesgos y controles, en 2025 se implementaron controles específicos en materia de anticorrupción a

nivel global y local, abordando cuestiones clave como los conflictos de interés, las donaciones y patrocinios, y los regalos y atenciones.

Además, en 2026 la compañía desplegará una herramienta que permitirá denunciar conflictos de interés y regalos y atenciones entregados o recibidos de manera potencialmente indebida, con el fin de cumplir los requisitos de transparencia establecidos en la Política de Anticorrupción.

Incidentes de corrupción y soborno confirmados

G1-4

No se han registrado condenas ni sanciones relacionadas con incumplimientos de la normativa en materia anticorrupción y antisoborno durante 2024 ni durante 2025.

Sin embargo, cuando se han detectado deficiencias menores en los procedimientos y estándares anticorrupción y antisoborno de **Puig**, la compañía ha implementado acciones específicas para abordarlas, con el objetivo de reforzar su compromiso con los más altos estándares éticos y prevenir futuras incidencias.

En particular, estas acciones se pueden resumir de la siguiente manera:

- Adopción de medidas disciplinarias.
- Revisión de políticas y procesos de control.

Incidentes de corrupción o soborno

Prácticas de pago

G1-6

El enfoque de **Puig** en la gestión de proveedores se basa en el cumplimiento de la Directiva 2011/7/UE, que regula los plazos de pago en la Unión Europea. **Puig** garantiza el cumplimiento de todos los requisitos legales y fiscales aplicables, promoviendo la equidad y la transparencia en sus procesos de aprovisionamiento.

Puig adapta sus procesos internos de pago, y implementando medidas y herramientas para mitigar los retrasos en los pagos a sus proveedores. Los plazos de pago están alineados con los plazos estándar de cada país, a menos que exista un acuerdo entre las partes que determine condiciones de pago diferentes. El método de pago más común a los proveedores es la transferencia bancaria.

El periodo medio de pago a proveedores de las empresas en España durante 2025 es de 59 días, mientras que en 2024 fue de 52 días. El periodo medio de pago a proveedores se define como el tiempo transcurrido desde la fecha de la factura hasta su pago. **Puig** no informa de este indicador a nivel de grupo ni del número de días por categoría principal de proveedores, ni del porcentaje de pagos alineados con los plazos estándar.

Al cierre de 2025 y 2024, no existían procedimientos legales pendientes por pagos atrasados.



5

Anexos

Anexo metodológico

Objetivos de la Agenda ESG 2030

Objetivo	Metodología	Información adicional
Objetivos de la Agenda ESG 2030	En la metodología para definir los objetivos se han tenido en cuenta consultas internas con distintos departamentos de la compañía, el conocimiento del negocio y datos históricos. Si no se indica lo contrario, no se ha seguido una metodología de base científica. Aunque no se llevaron a cabo consultas directas con los grupos de interés para definir los objetivos, sus puntos de vista se tuvieron en cuenta a través de revisiones de la información proporcionada por las organizaciones pertinentes y otras fuentes creíbles.	Todos los objetivos son voluntarios. No se produjeron cambios en el proceso de cálculo entre 2024 y 2025. El proceso de monitoreo y revisión de los objetivos se explica en la sección “Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración”.

E1. Cambio climático

Objetivos (MDR-T)

Objetivo	Metodología	Información adicional
Objetivos de reducción de las emisiones de GEI aprobados por SBTi	Los objetivos de reducción de las emisiones de GEI se desarrollaron utilizando la herramienta de establecimiento de objetivos Science-Based Target Setting Tool V2 1.2, verificada y aprobada por la iniciativa Science Based Targets (SBTi). Los valores base se determinaron usando el GHG Protocol Corporate Standard y los principios establecidos en ISO 14064-1. La representatividad de la base fue revisada por la SBTi como parte del proceso de aprobación del objetivo.	Todos los objetivos son voluntarios. No se produjeron cambios en el proceso de cálculo entre 2024 y 2025. El proceso de monitoreo y revisión de los objetivos se explica en la sección “Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración”.

Métricas (MDR-M)

Descripción	Metodología	Información adicional
Consumo de energía	El consumo de energía de la compañía se calcula siguiendo una de estas metodologías: Si se dispone de datos primarios, el consumo se extrae directamente de las facturas de energía (kWh). Si no se dispone de datos primarios, el consumo se estima dependiendo del tipo de centro: • Para los centros de producción, el consumo de energía se estima mediante análisis comparativos con centros similares que reporten datos de energía, aplicando ajustes proporcionales a la producción del centro. • Para oficinas, tiendas y almacenes, el consumo de energía se estima mediante análisis comparativos con establecimientos similares que reporten datos de energía, aplicando ajustes proporcionales al número de empleados del establecimiento. • Cuando estas métricas no son aplicables, el cálculo se ajusta usando un ratio sobre ingresos netos.	

Descripción	Metodología	Información adicional
Total de emisiones de GEI	La compañía calcula su huella de carbono total siguiendo la metodología del GHG Protocol, abarcando los alcances 1, 2 y 3. Estos cálculos se basan en estándares reconocidos, como el mismo GHG Protocol, las normas en materia de contabilidad y presentación de informes, y la norma UNE-EN-ISO 14064. Para informar sobre las emisiones, Puig utiliza la metodología de límites organizativos descrita por el GHG Protocol, alineada con los criterios de consolidación de las cuentas anuales. Para algunas estimaciones, Puig aplica un enfoque basado en los ingresos netos con el fin de garantizar la coherencia en los cálculos. La evaluación de la huella de carbono abarca la totalidad del negocio de Puig. Cuando no se dispone de datos primarios, las emisiones se estiman utilizando indicadores internos predefinidos, datos históricos y métricas económicas relevantes para cada categoría. Todos los factores de emisiones utilizados se basan en normas internacionales reconocidas, como las directrices DEFRA, EPA, SIMAPRO Equivalent 3 y CEDA V6, que se actualizan anualmente para asegurar su precisión y relevancia.	
Emisiones de GEI de alcance 3	Puig calcula sus emisiones de GEI de alcance 3 usando una combinación de datos primarios y estimados. Los datos estimados se derivan a partir de bases de datos de factores de emisiones fiables y reconocidas internacionalmente, mientras que los primarios se obtienen directamente de los proveedores, basándose en factores de emisión específicos del proveedor. La compañía trabaja activamente para incrementar a lo largo del tiempo la proporción de datos primarios sobre datos estimados. Las emisiones de alcance 3 se calculan conforme al estándar de la cadena de valor corporativa del GHG Protocol (alcance 3) y cubren las categorías de alcance 3 pertinentes, basándose en la evaluación de materialidad. Se aplican supuestos metodológicos, fuentes de datos y técnicas de estimación de manera coherente para todos los períodos de reporte de información, con el fin de asegurar la comparabilidad.	El porcentaje de datos primarios para el alcance 3 fue del 50% en 2025 y del 48% en 2024

E3. Recursos hídricos

Métricas (MDR-M)

Descripción	Metodología	Información adicional
Extracción de agua	La extracción de agua se calcula siguiendo alguna de estas metodologías: Datos primarios obtenidos directamente de facturas (en m³). Cuando se realizan estimaciones: - Plantas de producción: comparación con ratios de unidad similares reportados en m³/unidades producidas. - Oficinas, tiendas y almacenes: comparación con ratios de unidad similares reportados en m³/número de empleados. - Como ratio sobre ingresos netos cuando las fórmulas anteriores no son aplicables.	El porcentaje de datos primarios para la extracción de agua fue del 89% en 2025 y del 68% en 2024

E4. Biodiversidad y ecosistemas

Objetivos (MDR-T)

Objetivo	Metodología	Información adicional
100 % de materias primas clave certificadas	No se han considerado umbrales ecológicos ni se han utilizado compensaciones en la definición de los objetivos.	La estrategia de biodiversidad de Puig está alineada con el Marco Global de Biodiversidad de Kunming-Montreal, la Estrategia de Biodiversidad de la UE para 2030 y las políticas nacionales relacionadas con la biodiversidad y los ecosistemas. No se produjeron cambios en el proceso de cálculo entre 2024 y 2025. El proceso de monitoreo y revisión de los objetivos se explica en la sección “Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración”.
100 % de materias primas clave con cero deforestación en la cadena de suministro.		
90 % de ingredientes de origen natural como promedio de todas las fórmulas		

E5. Uso de recursos y economía circular

Métricas (MDR-M)

Descripción	Metodología	Información adicional
Reciclabilidad de los envases de cosméticos	Se calcula teniendo en cuenta todas las unidades de mantenimiento de existencias del portfolio, la tasa de reciclabilidad de cada material y el porcentaje que representa cada uno en el producto. Siempre que las materias primas sean difíciles de reciclar debido a su baja presencia en el producto, la compañía considera que su reciclabilidad es del 0 %.	
Datos de residuos	El cálculo de residuos se realiza siguiendo estas metodologías: Usando datos primarios obtenidos directamente de los informes de la empresa gestora de residuos. • Usando datos estimados basados en: • Ratios de kg/unidades producidas en las plantas de producción de la compañía. • Ratios de kg/número de empleados en las oficinas, tiendas y almacenes de la compañía.	El porcentaje de datos primarios para los residuos generados fue del 96% en 2025 y del 93% en 2024

S1. Plantilla propia

Objetivos (MDR-T)

Objetivo	Metodología	Información adicional
Objetivos para las personas en Puig	La metodología para definir los objetivos ha tenido en cuenta consultas internas con distintos departamentos de la compañía, el conocimiento del negocio y datos históricos. Aunque no se llevaron a cabo consultas directas con los grupos de interés para definir los objetivos, sus puntos de vista se tuvieron en cuenta a través de revisiones de la información proporcionada por las organizaciones pertinentes y otras fuentes creíbles.	Todos los objetivos son voluntarios. No se produjeron cambios en el proceso de cálculo entre 2024 y 2025. El proceso de monitoreo y revisión de los objetivos se explica en la sección “Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración”.

Puig no dispone de métricas que estén validadas por un organismo externo distinto de la entidad verificadora.

Información complementaria exigida por la Ley 11/2018

Información ambiental

Aplicación del principio de precaución, provisiones y garantías para riesgos ambientales

Puig integra el principio de precaución en su enfoque de gestión medioambiental mediante sus sólidos compromisos establecidos en la Agenda ESG 2030, políticas integrales y rigurosas estrategias de evaluación de riesgos y respuesta. Al identificar de manera proactiva los posibles riesgos medioambientales, **Puig** garantiza que la sostenibilidad esté incorporada en la toma de decisiones incluso ante la incertidumbre científica. Para más información, véase [Comunidad](#), [Comprometidos con el crecimiento responsable](#) y las políticas, objetivos y acciones de **Puig** incluidas en las secciones Cambio climático, Contaminación, Agua y recursos marinos, Biodiversidad y ecosistemas, y Uso de recursos y economía circular.

Puig cuenta con un seguro de responsabilidad civil que incluye una cláusula específica sobre el medioambiente.

Consumo de materias primas

	Unidad	2024*	2025*
Vidrio	kg	18.191.902	20.637.289
Papel	kg	8.094.440	10.047.659
Alcohol	Litros	6.146.404	6.787.457
Plástico	kg	2.607.587	2.641.534
Metal	kg	5.305.530	4.694.828
Otros	kg	40.608	49.704

* 2024 y 2025 no incluyen el consumo de Uriage, Apivita y las Fashion Houses, ni las materias primas de terceros utilizadas para la fabricación de productos de Puig. Las diferencias responden a un cambio en el perímetro de los datos.

En general, el consumo de materiales siguió una tendencia al alza impulsada por el crecimiento del negocio, con una reducción del consumo de metal asociada a la composición de los productos elaborados durante el ejercicio.

Información sobre gestión de personas

Organización de la jornada laboral

Cada centro de trabajo de **Puig** adapta su jornada laboral a las obligaciones legales y de negociación colectiva, en función de las características del negocio.

Desconexión digital

Puig cuenta con una política global de desconexión digital para garantizar el uso adecuado de las nuevas tecnologías y dispositivos digitales en el marco de la relación laboral. Esta política establece que los empleados tienen derecho a no responder a ninguna comunicación profesional una vez finalizada su jornada laboral, salvo en circunstancias excepcionales y urgentes que requieran una respuesta inmediata. Asimismo, esta política incluye un conjunto de buenas prácticas para fomentar la desconexión digital.

Accesibilidad universal para personas con discapacidad

Puig garantiza la accesibilidad universal de las personas con discapacidad en todas sus filiales mediante la eliminación de barreras físicas.

Indicadores sobre la plantilla de Puig

A medida que **Puig** sigue experimentando un crecimiento sostenido, la compañía ha ampliado su plantilla para respaldar el aumento de sus operaciones e iniciativas estratégicas. Esta evolución natural refleja el compromiso de **Puig** con la expansión de su base de talento en consonancia con las necesidades del negocio. En consecuencia, cualquier variación en las cifras relacionadas con la plantilla está directamente vinculada al crecimiento global de la compañía.

Distribución de la plantilla por categoría profesional y género al cierre del año

	Mujeres		Hombres		No declarado / No binario*		Total	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Top Executives	143	138	130	137	0	0	273	275
Marketing y ventas	2.457	2.942	670	756	8	0	3.135	3.698
Brand Ambassadors	4.056	4.557	846	937	42	12	4.944	5.506
Personal técnico	1.915	1.710	900	893	11	0	2.826	2.603
Personal administrativo	118	123	11	11	0	0	129	134
Producción	433	423	376	377	0	0	809	800
Total	9.122	9.893	2.933	3.111	61	12	12.116	13.016

*Incluye empleados no binarias y aquellas que optaron por no revelar su género. Los datos reflejan Charlotte Tilbury solamente. Las variaciones 2024–2025 se deben a que más empleados actualizaron su información de género en el nuevo sistema de RR. HH.

Distribución de la plantilla por tipo de contrato y categoría profesional al cierre del año

2024 Tiempo parcial

	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassador	Personal técnico	Personal administrativo	Producción	Total
Contrato fijo	1	41	1.032	66	6	61	1.207
Contrato temporal	0	4	608	12	0	8	632
Total	1	45	1.640	78	6	69	1.839

2024 Tiempo completo

	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassador	Personal técnico	Personal administrativo	Producción	Total
Contrato fijo	272	2.803	3.119	2.605	114	720	9.633
Contrato temporal	0	287	185	143	9	20	644
Total	272	3.090	3.304	2.748	123	740	10.277

2025 Tiempo parcial

	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassador	Personal técnico	Personal administrativo	Producción	Total
Contrato fijo	5	52	1.174	57	9	35	1.332
Contrato temporal	0	6	588	5	0	10	609
Total	5	58	1.762	62	9	45	1.941

2025 Tiempo completo

	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassador	Personal técnico	Personal administrativo	Producción	Total
Contrato fijo	273	3.290	3.414	2.373	119	729	10.198
Contrato temporal	2	350	339	155	10	21	877
Total	275	3.640	3.753	2.528	129	750	11.075

Puig considera como trabajo a tiempo parcial a cualquier profesional que no trabaje el 100% de la jornada de manera efectiva.

Distribución de la plantilla por tipo de contrato y edad al cierre del año

2024 Tiempo parcial

	Mujeres			Hombres			No declarado / No binario			Total
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	
< 30 años	500	382	882	65	29	94	2	21	23	999
30–50 años	473	123	596	56	11	67	1	3	4	667
> 50 años	104	54	158	8	7	15	0	0	0	173
Total	1.077	559	1.636	129	47	176	3	24	27	1.839

2024 Tiempo completo

	Mujeres			Hombres			No declarado / No binario			Total
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	
< 30 años	1.797	372	2.169	543	64	607	7	9	16	2.792
30–50 años	4.145	149	4.294	1.694	26	1.720	14	4	18	6.032
> 50 años	1.006	17	1.023	425	5	430	0	0	0	1.453
Total	6.948	538	7.486	2.662	95	2.757	21	13	34	10.277

2025 Tiempo parcial

	Mujeres			Hombres			No declarado / No binario			Total
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	
< 30 años	574	377	951	66	28	94	6	3	9	1.054
30–50 años	509	124	633	56	10	66	1	0	1	700
> 50 años	113	57	170	7	10	17	0	0	0	187
Total	1.196	558	1.754	129	48	177	7	3	10	1.941

2025 Tiempo completo

	Mujeres			Hombres			No declarado / No binario			Total
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	
< 30 años	1.763	484	2.247	523	93	616	1	0	1	2.864
30–50 años	4.513	214	4.727	1.801	44	1.845	1	0	1	6.573
> 50 años	1.126	39	1.165	470	3	473	0	0	0	1.638
Total	7.402	737	8.139	2.794	140	2.934	2	0	2	11.075

Número de despidos durante el año

Por género				
	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total
2024	463	138	5	606
2025	489	175	7	671

Por rango de edad				
	< 30 años	30–50 años	> 50 años	Total
2024	214	324	68	606
2025	206	390	75	671

Por categoría profesional							
	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassadors	Personal técnico	Personal administrativo	Producción	Total
2024	13	113	367	82	6	25	606
2025	9	161	383	93	12	13	671

El promedio se ha calculado considerando el tiempo efectivo trabajado durante el año (FTE).
Para alinearse con la metodología de la CSRD, se incluyen los despidos de trabajadores con contratos fijos y temporales.

Distribución promedio de los empleados⁴¹

2024

Por categoría profesional			
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total
Top Executives	272	0	272
Marketing y ventas	2.767	283	3.050
Brand Ambassador	3.573	339	3.912
Personal técnico	2.611	147	2.758
Personal administrativo	116	11	127
Producción	767	23	790
Total	10.106	803	10.909

Por rango de edad			
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total
< 30 años	2.437	511	2.948
30–50 años	6.139	227	6.366
> 50 años	1.530	65	1.595
Total	10.106	803	10.909

Por género			
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total
Mujeres	7.404	684	8.088
Hombres	2.693	116	2.809
No declarado / No binario	9	3	12
Total	10.106	803	10.909

⁴¹La distribución promedio de los profesionales a tiempo parcial no está disponible para 2024.

2025

Por categoría profesional			
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total
Top Executives	264	1	265
Marketing y ventas	3.272	303	3.575
Brand Ambassador	3.876	415	4.291
Personal técnico	2.361	168	2.529
Personal administrativo	124	9	133
Producción	739	21	760
Total	10.636	917	11.553

Por rango de edad			
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total
< 30 años	2.691	590	3.281
30-50 años	6.331	263	6.594
> 50 años	1.614	64	1.678
Total	10.636	917	11.553

Por género			
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total
Mujeres	7.828	775	8.603
Hombres	2.800	140	2.940
No declarado / No binario	8	2	10
Total	10.636	917	11.553

2025

Por categoría profesional			
	Tiempo completo	Tiempo parcial	Total
Top Executives	265	0	265
Marketing y ventas	3.536	39	3.575
Brand Ambassador	3.376	915	4.291
Personal técnico	2.464	65	2.529
Personal Administrativo	129	4	133
Producción	725	35	760
Total	10.495	1.058	11.553

Por rango de edad			
	Tiempo completo	Tiempo parcial	Total
< 30 años	2.741	540	3.281
30 - 50 años	6.193	401	6.594
> 50 años	1.561	117	1.678
Total	10.495	1.058	11.553

Por género			
	Tiempo completo	Tiempo parcial	Total
Mujeres	7.662	941	8.603
Hombres	2.829	111	2.940
No declarado / No binarios	4	6	10
Total	10.495	1.058	11.553

Por tipo de contrato			
	Tiempo completo	Tiempo parcial	Total
Fijos	9.831	805	10.636
Temporales	664	253	917
Total	10.495	1.058	11.553

Remuneraciones medias (€)

	2024	2025
Global	59.794	58.194

Por género			
	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario
2024	47.969	61.731	94.607
2025	54.040	71.452	41.376

Por rango de edad			
	< 30 años	30–50 años	> 50 años
2024	31.949	57.837	74.017
2025	36.223	62.684	87.122

Por categoría profesional						
	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassador	Personal técnico	Personal administrativo	Producción
2024	485.302	70.381	28.030	68.803	57.777	36.805
2025	401.644	74.268	29.418	65.932	61.155	38.454

Calculado en base al salario base, las bonificaciones reales pagadas, las asignaciones y los beneficios para empleados con contratos fijos y temporales al 31 de diciembre, en línea con la metodología de la CSRD.

Remuneración media de consejeros y directivos (€)

	2024	2025
Mujeres	393.273	358.675
Hombres	636.534	454.490
Global	512.799	407.253

Determinada utilizando las bonificaciones reales pagadas, de acuerdo con la metodología de la CSRD. Debido a circunstancias excepcionales, las cifras de 2025 no son directamente comparables con las de 2024. Estas discrepancias reflejan elementos no recurrentes que afectaron a los resultados de 2024.

Brecha salarial ajustada (Equal pay gap)

	2024	2025
Global	-5,1%	-1,3%
Top Executives	10,0%	2,8%
Resto	-5,7%	-1,4%

Calculada en función del salario base, las bonificaciones reales pagadas, las asignaciones y los beneficios para empleados fijos y temporales al 31 de diciembre, en línea con la metodología de la CSRD. Es importante señalar que la cifra de 2025 no incluye los datos de Charlotte Tilbury, ya que esta información no estaba disponible en el momento de la elaboración del informe.

Horas de formación por categoría profesional

	Mujeres		Hombres		No declarado / No binario	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Top Executives	1.981	554	1.752	795	0	0
Marketing y ventas	14.087	26.060	5.242	7.583	5	0
Brand Ambassador	117.901	145.902	31.812	39.896	27	534
Personal técnico	17.726	18.616	12.905	8.803	7	0
Personal administrativo	746	791	249	69	0	0
Producción	3.452	2.613	3.572	3.727	0	0
Total	155.893	194.536	55.532	60.873	39	534

Permisos de maternidad y paternidad

	2024	2025
Maternidad	336	640
Paternidad	94	120

Las cifras de 2024 y 2025 no son comparables debido a que en 2025 se dispone de datos más completos de Charlotte Tilbury, mientras que las cifras de 2024 no incluían todos los registros. Parte del aumento en este indicador se debe al incremento de casos registrados por la unidad de negocio de CT, posibilitado por las mejoras en el sistema de recopilación de datos.

Número de personas con discapacidad en la plantilla al cierre del año

	2024	2025
Mujeres	404	226
Hombres	66	45
No declarado / No binario	3	0

La variación en las cifras de discapacidad de 2025 se debe principalmente a un menor número de casos autodeclarados en Charlotte Tilbury.

Número de horas de absentismo (Incluye únicamente aquellos centros con control de presencia)

	Total de horas contratadas	Total de horas perdidas
2024	21.446.964	1.629.426
2025	23.665.388	1.254.940

Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos por ubicación

2024			
Ubicación	Porcentaje	Ubicación	Porcentaje
Argentina	52%	Macao SAR	0%
Australia	0%	México	0%
Austria	100%	Países Bajos	100%
Bélgica	100%	Perú	0%
Brasil	100%	Polonia	0%
Canadá	0%	Portugal	100%
Chile	0%	Federación Rusa	0%
China Continental	0%	Arabia Saudí	0%
Colombia	0%	Singapur	0%
Francia	100%	Corea del Sur	0%
Alemania	0%	España	100%
Grecia	100%	Suecia	0%
Región Administrativa Especial de Hong Kong	0%	Suiza	0%
India	0%	Región de Taiwán	0%
Irlanda	0%	Reino Unido	0%
Italia	100%	E.A.U.	0%
Japón	100%	Estados Unidos	0%

2025

Ubicación	Porcentaje	Ubicación	Porcentaje
Alemania	0%	Hong Kong	0%
Arabia Saudi	0%	India	0%
Argentina	51%	Irlanda	0%
Australia	0%	Italia	100%
Austria	100%	Japón	100%
Bélgica	100%	Macao	0%
Brasil	100%	México	0%
Canadá	0%	Países Bajos	100%
Chile	0%	Perú	0%
China	0%	Polonia	0%
Colombia	0%	Portugal	100%
Corea del Sur	0%	Reino Unido	0%
E.A.U.	0%	Singapur	0%
España	100%	Suecia	0%
Estados Unidos	0%	Suiza	0%
Federación Rusa	0%	Taiwan	0%
Francia	100%	Turquía	0%
Grecia	100%		

Indicadores de salud y seguridad

Número de accidentes

	Con baja				Sin baja			
	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total
2024	53	15	2	70	81	21	5	107
2025	50	13	0	63	91	27	2	120

Índice de gravedad (IG)

	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Global
2024	0,12	0,12	0,3	0,12
2025	0,08	0,11	0	0,09

N.º de jornadas perdidas por accidentes de trabajo * 1.000 / N.º total de horas trabajadas

Información sobre el respeto de los derechos humanos

El Canal de Denuncias de **Puig** refleja la firme dedicación de la compañía para garantizar una conducta ética, la transparencia y los derechos humanos, tal como se describe en el Código Ético, la Política de Derechos Humanos y la Política y el Procedimiento del Canal de Denuncias. Es un pilar fundamental de la cultura *Speak Up* de **Puig**, y ofrece un mecanismo seguro, confidencial e independiente para que los empleados, socios comerciales, trabajadores de la cadena de valor, consumidores y otros grupos de interés informen sobre conductas no éticas o violaciones del Código Ético, de las políticas internas o de las leyes pertinentes.

En 2023, **Puig** implementó una nueva plataforma gestionada por NAVEX, dotando a la gestión del Canal de Denuncias de una capa adicional de seguridad. Como parte de esta transición, la metodología para reportar casos a través del Canal de Denuncias de **Puig** se reformuló en 2024 para alinearse con la de NAVEX.

Esta nueva metodología clasifica los informes en función de la Categoría de Riesgo y el Tipo de Riesgo, según la definición proporcionada por NAVEX, lo que permite una gestión más precisa, transparente y estandarizada de los casos reportados. Al adoptar esta metodología, **Puig** se beneficia de los análisis comparativos (benchmarking) proporcionados por NAVEX, lo que contribuye a la mejora continua de la eficacia del Canal de Denuncias.

Cualquier persona que presente una denuncia debe clasificarla según las categorías definidas por la compañía, que están alineadas con el Benchmark publicado por NAVEX, el proveedor del Canal de Denuncias. Una vez enviada, la denuncia se revisa y, cuando sea pertinente, se investiga. En función de los hallazgos, una denuncia puede ser reclasificada, independientemente de la clasificación original realizada por la persona que la presentó. La información presentada en este documento refleja la clasificación final, cuando sea pertinente.

Durante 2024 se recibieron un total de 61 denuncias. Una de las denuncias recibidas se categorizó como una denuncia por violación de derechos humanos. No se impusieron multas ni sanciones relacionadas con ella.

Durante 2025 se recibieron un total de 103 denuncias, de las cuales 88 fueron presentadas por personas en **Puig** y 15 por personas externas. De estas:

- Siete casos estaban relacionados con el ámbito de proveedores, es decir, fueron presentados por empleados de los proveedores de **Puig** u otras partes dentro del ecosistema de suministro.
- Siete casos fueron presentados por clientes.
- Un caso no pudo clasificarse dentro de las categorías de riesgo y no afecta a una comunidad.

Durante 2025, ninguna de las denuncias recibidas se categorizó como una infracción de derechos humanos.

2024

Categoría de riesgo	Tipo de riesgo	
Contabilidad, auditoría e información financiera	0	Contabilidad, auditoría e información financiera 0
Integridad empresarial	13	Soborno y corrupción 0
		Información confidencial y propiedad intelectual 1
		Conflictos de intereses 1
		Privacidad y protección de datos 1
		Competencia libre y leal 0
		Comercio mundial 0
		Derechos humanos 0
		Uso de información privilegiada 0
		Actividad política 0
		Calidad y seguridad de los productos 2
		Otras cuestiones de integridad empresarial 8
Recursos Humanos, diversidad y respeto en el trabajo	43	Retribución y prestaciones 3
		Discriminación 0
		Acoso 1
		Represalias 1
		Consumo de drogas y alcohol 0
		Civismo en el trabajo 21
		Otros recursos humanos 17
Medioambiente, salud y seguridad	1	Medioambiente 0
		Salud y seguridad 1
		Amenaza inmediata para una persona, animal o bien 0
Uso indebido o apropiación indebida de activos	3	Uso indebido o apropiación indebida de activos 3
Otros	1	Otros 1
Total	61	Total 61

2025

Categoría de riesgo		Tipo de riesgo	
Contabilidad, auditoría e información financiera	2	Contabilidad, auditoría e información financiera	2
Integridad empresarial	18	Soborno y corrupción	1
		Información confidencial y propiedad intelectual	6
		Conflictos de intereses	3
		Privacidad y protección de datos	0
		Competencia libre y leal	0
		Comercio mundial	1
		Derechos humanos	0
		Uso de información privilegiada	0
		Actividad política	0
		Calidad y seguridad de los productos	3
		Otras cuestiones de integridad empresarial	4
Recursos Humanos, diversidad y respeto en el trabajo	75	Retribución y prestaciones	10
		Discriminación	0
		Acoso	5
		Represalias	1
		Consumo de drogas y alcohol	0
		Civismo en el trabajo	36
		Otros recursos humanos	23
Medioambiente, salud y seguridad	1	Medioambiente	0
		Salud y seguridad	1
		Amenaza inmediata para una persona, animal o bien	0
Uso indebido o apropiación indebida de activos	4	Uso indebido o apropiación indebida de activos	4
Otros	3	Otros	3
Total	103	Total	103

Acciones para generar impacto en la sociedad

Como parte de su nueva estrategia de impacto social, **Puig** quiere garantizar que cada iniciativa esté alineada con su singularidad como Hogar de Creatividad, con dos capas clave de actuación para maximizar el impacto.

Cualquier acción liderada por los equipos de Personas, Mercados, Operaciones o Global, está siempre arraigada en el propósito y los valores de la compañía. Iniciativas relevantes en 2025, en torno a los cuatro temas sociales establecidos:

Iniciativas no impulsadas por las marcas

Empoderando el talento mediante concienciación y educación

- **Iniciativas de inclusión:** Serie de actividades de inclusión y bienestar realizadas en los distintos mercados para fomentar la alegría de pertenecer a nuestro colectivo. Las iniciativas incluyen charlas sobre salud mental masculina, apoyo al colectivo LGBTQ+, desarrollo de mujeres y sensibilización sobre el cáncer. Junto con otras celebraciones de la singularidad de las personas, estas acciones contribuyeron a una mayor sensación de inclusión, percepción de equidad y seguridad psicológica en nuestros equipos.
- **Beyond Boundaries:** Con motivo del Día Internacional de la Mujer, se llevó a cabo una mesa redonda con mujeres líderes de la compañía, para hablar sobre su trayectoria, habilidades esenciales en la actualidad y temas de inclusión, diversidad e impacto. Además, en algunos mercados se organizaron varios paneles donde las empleadas pudieron compartir sus experiencias como mujeres en el entorno laboral.
- Inclusive Leadership Essentials
- Mental Health Initiatives

Véase Social, Las personas en Puig, Acciones.

Promocionando oportunidades sociales, de equidad y movilidad social

- **The Outsiders Perspective:** Colaboración con la organización para ayudar a incrementar la diversidad racial en las industrias del lujo, la moda y la belleza mediante el apoyo a un programa de aceleración que proporciona a profesionales racializados provenientes de otros sectores las competencias, el acompañamiento y las redes necesarias para lograr una transición exitosa y promover una mayor inclusión. Véase Social, Las personas en Puig, Acciones.
- **The Ladder Group:** EMEA Mentoring Program – Colaboración destinada a conectar a mentores de Puig con jóvenes de entornos desfavorecidos, impulsando su confianza, empleabilidad y acceso a la industria de la belleza, y fortaleciendo las capacidades de liderazgo y empatía de los mentores.
- **The Ladder Group:** EMEA Retail Discovery Program – Colaboración para ofrecer experiencia práctica en retail a personas de bajos recursos socioeconómicos, desarrollando sus habilidades y confianza. Varios participantes han avanzado hacia roles permanentes dentro de Puig.
- **EUROUT:** Participación en una conferencia empresarial LGBTQ+ de tres días en el London Business School para apoyar el acceso equitativo a oportunidades profesionales en las industrias del lujo y el retail, fomentar la inclusión mediante becas para estudiantes infrarrepresentados y conectar con futuros líderes empresariales comprometidos con la diversidad.
- **Programa PRISMA:** Iniciativa en Brasil orientada a impulsar la inclusión mediante la creación de grupos de afinidad, programas de contratación afirmativa, formación en liderazgo inclusivo y un Awareness Hub centralizado para reforzar el sentido de pertenencia y promover oportunidades equitativas.

Transformando perspectivas a través del arte y la cultura

- **Fundació Joan Miró:** Colaboración con la exposición “Miró y los Estados Unidos” en Barcelona y Washington, reflejando la convicción de **Puig** de que la creatividad es una fuerza para la conexión y el progreso. El proyecto refuerza la relación histórica de la compañía con Miró y promueve el acceso a la cultura, el diálogo intercultural y el intercambio artístico que enriquece a la sociedad.

Apoyando la innovación para la resolución colectiva de problemas

- **Digital Health Validation Center, Hospital Sant Pau de Barcelona:** Colaboración con la comunidad científica para validar clínicamente *AirParfum*, tecnología patentada por **Puig** que mejora la experiencia de prueba de perfumes, como una posible herramienta de detección temprana de enfermedades neurodegenerativas como el Alzheimer y el Parkinson, dado que la disminución en el reconocimiento de olores puede indicar su aparición.

Iniciativas impulsadas
por las marcas

Cualquier acción liderada por alguna de las Love Brands de **Puig**, alineada con el propósito único y el compromiso social de cada marca. Iniciativas relevantes en 2025:

Carolina Herrera

- **Wallontu Witral:** Colaboración con el colectivo de mujeres tejedoras mapuches en La Araucanía, Chile, para crear una colección especial de piezas exhibida en el Museo de Arte Precolombino en abril.
- **FIT Scholarship:** Tercer año de la beca de cuatro años otorgada a Asha Bryantt en el Fashion Institute of Technology de Nueva York, apoyando el talento creativo diverso en el ámbito de la moda.
- **Sívori Museum:** Apoyo a la más reciente exposición del Museo Eduardo Sívori en Buenos Aires, que reunió a once artistas contemporáneas de Argentina, Perú, México, Chile y Brasil. La muestra exploró temas como el cuerpo, el territorio y el paisaje.
- **Ferran Abanicos:** Colaboración con mujeres artesanas para crear un abanico de ópera personalizado, utilizado como invitación oficial para el desfile Primavera 2026 en Madrid.
- **Women Behind Herrera:** Iniciativa que pone en valor a las mujeres creativas detrás de Carolina Herrera a través de un nuevo capítulo editorial.
- **Her Lens:** Serie editorial de moda que invita a fotógrafas y estilistas a reinterpretar el universo visual de Carolina Herrera con total libertad creativa.

Charlotte Tilbury

- **The King's Trust:** Alianza a largo plazo para apoyar a jóvenes emprendedores del Reino Unido mediante financiación, mentoría e iniciativas de sensibilización, incluyendo un compromiso renovado de varios años con el UK Enterprise Program.

- **Women for Women International:** Desde 2016, la marca ha recaudado más de £1.6 millones para esta iniciativa, financiando programas que empoderan a mujeres en regiones afectadas por conflictos mediante campañas de recaudación, colaboraciones de producto y donaciones directas.
- **F1 Academy:** En 2025, amplió su apoyo para promover la inclusión y el acceso de jóvenes mujeres al automovilismo, financiando sesiones gratuitas de karting para niñas a través de la Motorsport UK Girls Karting Academy.

Jean Paul Gaultier

- Apoyo continuado a ONGs que trabajan con la comunidad LGBTQIA+.
- **The Center (NYC):** Colaboración que incluye donaciones, una cena de recaudación, la exposición LM30 y la Zimomo JPG Auction.
- **Le Refuge x The House of Allanah:** Colaboración en París durante la exposición LM30, ofreciendo oportunidades de inserción profesional mediante funciones de mediación cultural y apoyo operativo.
- **Queer artistry Support:** A través de iniciativas como la residencia MBQMQB Black Queer Artists Residency, la exposición fotográfica Kwir Nou Exist de Raya, exhibiciones del LM30 Art Show (en París, Madrid y Nueva York), y colaboraciones como Vir Andres Hera x Visio 2025.
- **Pride Talk:** Evento interno global diseñado para sensibilizar, fomentar la comprensión y promover la alianza en torno a la inclusión LGBTQ+. A través de historias personales, conocimientos de expertos y conversaciones, impulsa la reflexión, la empatía y el aprendizaje colectivo.
- **Preservación de la artesanía local y el savoir-faire:** Colaboración del Día de los Muertos en México.

Rabanne

- **Rabanne Talents:** Plataforma impulsada por la marca que apoya a la próxima generación de artistas, músicos y creadores de imagen, dando continuidad al legado de creatividad audaz de Rabanne.
- **Iniciativa de mentoría:** Colaboración con Mentoring Matters destinada a mejorar la equidad y el acceso para talento negro, asiático y de otras minorías étnicas mediante mentoría, formación y oportunidades remuneradas. Rabanne apoya el programa patrocinando a dos personas que reciben mentoría, involucrando a 12 mentores voluntarios y ofreciendo orientación empresarial y apoyo profesional, ayudando a los participantes a fortalecer su confianza, redes y visibilidad dentro del sector creativo.
- **Legado cultural musical:** En colaboración con Miraval Studios, la marca celebra su herencia musical a través de iniciativas como el #RabanneRemix Challenge, que invita a jóvenes músicos a reinterpretar el catálogo musical de la marca y descubrir a los talentos del futuro.
- **Art Residency Program:** Lanzado en Pivô (São Paulo) y ampliado en Gasworks (Londres), ofrece visibilidad y mentoría a artistas visuales infrarrepresentados.

Byredo

- **Hayward Gallery:** Colaboración en Londres que incluye el encargo de una escultura de la artista Teresa Solar, destinada a exhibirse frente a la galería.

Dries Van Noten

- **Revol:** Celebración de la artesanía local junto a este histórico fabricante francés de porcelana, reconocido por su maestría artesanal desde 1768, cuya pericia da vida al singular diseño del packaging de fragancias de la Casa.

L'Artisan Parfumeur

- **Artists & Craftsmen:** Colaboraciones destinadas a garantizar la relevancia cultural, ofreciendo *carte blanche* para expresar plena libertad creativa.

Penhaligon's

- **King's Foundation and the Queen Elizabeth Scholarship Trust:** Colaboración continuada para promover la artesanía británica a través de proyectos creativos y apoyo benéfico. El lanzamiento de *Daphne Bouquet* y *Highgrove Bouquet* destina el 10% de sus ingresos a la King's Foundation.
- **Apoyo a artistas y artesanos británicos:** Incluye la escultura de Mary Wing To para Fortuitous Finley; los pañuelos de seda de Rory Hutton para el 155º aniversario; esculturas de leones de bronce e instalaciones de ajedrez en Regent Street.
- **Revista "Notes On" en colaboración con TANK:** Publicación anual que pone en valor la artesanía británica y el talento joven emergente.

Kama Ayurveda

- **PDKF:** Colaboración para crear una colección de artículos artesanales y realizar una donación destinada a apoyar a mujeres artesanas.

Apivita

- **The Billion Bees Program:** Iniciativa global de Apivita para proteger a los polinizadores, restaurar la biodiversidad y sensibilizar sobre el papel vital de las abejas en los ecosistemas. Involucra a consumidores, empleados, comunidades, medios de comunicación y socios B2B para impulsar la acción colectiva y co-crear valor a través de la sostenibilidad.

Uriage

- **Marc Larrègue:** Colaboración para heredar y conservar la colección de fotografías clínicas del profesor Marc Larrègue. Un comité de expertos se encarga de curar y clasificar este archivo con el fin de crear una fototeca en línea accesible a profesionales médicos de todo el mundo.
- **Octobre Rose:** Durante el mes de octubre, Uriage se movilizó en apoyo a la lucha contra el cáncer de mama mediante diversas iniciativas de sensibilización, tanto internas como externas.

Información sobre el consumidor

	2024		2025	
	Total	% Sobre unidades vendidas	Total	% Sobre unidades vendidas
Número de alertas de cosmetovigilancia	1042	0,00027%	1072	0,00032%

Entre 2024 y 2025, el número de comunicaciones de los consumidores y la proporción sobre las unidades vendidas se mantuvieron estables.

Información Financiera

Compromiso fiscal

El compromiso de **Puig** con la sociedad pasa por cumplir rigurosamente con sus obligaciones fiscales en los países en los que está presente.

La Política Fiscal, revisada en 2023, establece el marco de gobierno, los principios, valores, directrices y normas que deben guiar su comportamiento en materia tributaria, así como en la toma de decisiones de índole fiscal.⁴²

	2024		2025	
En M€	Beneficio antes de impuestos	Impuestos sobre beneficios pagados	Beneficio antes de impuestos	Impuestos sobre beneficios pagados
EE.UU.	80.611,2	26.266,5	84.162,9	25.468,4
Reino Unido	72.795,7	35.477,4	120.251,1	22.998,7
España	250.656,6	80.780,4	315.261,3	58.580,2
Francia	53.837,7	8.151,5	79.630,1	13.716,4
Alemania	(15.899,2)	(2.789,8)	(86,8)	1.868,1
China	(2.550,6)	2.755,8	9.651,4	2.758,6
México	17.610,8	11.002,4	10.461,9	2.120,7
Brasil	19.206,6	6.683,1	15.954,4	4.885,1
Resto del mundo	125.233,9	30.193,9	157.085,7	24.387,7

Top 8 de países por ingresos netos de **Puig** Representan el 56% del total.

En 2025, **Puig** continuó su compromiso con la sociedad mediante contribuciones a entidades sin ánimo de lucro e iniciativas comunitarias. La siguiente tabla muestra los importes aportados, así como las subvenciones públicas recibidas.

En M€	2024	2025
Subvenciones públicas	285.982	710.161
Acciones de asociación y/o patrocinio	1.955.788	2.027.556
Contribuciones a ONGs	4.955.624	1.305.017
Donaciones en especie	640.615	920.847

⁴² La Política Fiscal está disponible en el sitio web de **Puig**: <https://secure.ethicspoint.eu/domain/media/en/gui/109738/taxPolicy.pdf>.

Requisitos de divulgación en las NEIS cubiertos por el Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad

Requisitos de divulgación	Sección
BP-1 Base general para la elaboración del estado de sostenibilidad	Acerca del informe Bases para la elaboración del Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad
BP-2 Información relativa a circunstancias específicas	Acerca del informe Circunstancias específicas
GOV-1 El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión	1.3 Gobierno corporativo - Modelo de gobierno corporativo de Puig G1 Conducta empresarial - Participación de los órganos de supervisión en la definición de la cultura empresarial
GOV-2 Información facilitada a los órganos de administración, dirección y supervisión de la empresa y cuestiones de sostenibilidad abordadas por ellos	1.3 Gobierno corporativo - Modelo de gobierno corporativo de Puig - Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración
GOV-3 Integración del rendimiento relacionado con la sostenibilidad en sistemas de incentivos	1.3 Gobierno corporativo Integración del desempeño en sostenibilidad en los esquemas de incentivos
GOV-4 Declaración sobre diligencia debida	1.3 Gobierno corporativo Declaración sobre Debida Diligencia
GOV-5 Gestión de riesgos y controles internos de la divulgación de la información sobre sostenibilidad	1.3 Gobierno corporativo Gestión de riesgos y controles internos de la divulgación de Información sobre Sostenibilidad
SBM-1 Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	1.1 Perfil de la compañía 1.2 Comunidad 1.4 Performance 1.5 Análisis de doble materialidad y sostenibilidad Cuestiones de sostenibilidad relacionadas con la estrategia
SBM-2 Intereses y opiniones de las partes interesadas	1.5 Análisis de materialidad - Intereses y opiniones de los grupos de interés S1 Las personas en Puig - Información adicional sobre IROs materiales

Requisitos de divulgación	Sección
SBM-3 Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio	1.4 Performance • Canales 1.5 Análisis de materialidad • IROs materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio E1 Cambio climático • IROs materiales relacionados con el cambio climático • Resiliencia de la estrategia y el modelo de negocio E2 Contaminación • IROs materiales relacionados con la contaminación E3 Recursos hídricos y marinos • IROs materiales relacionados con los recursos hídricos y marinos E4 Biodiversidad y los ecosistemas • IROs materiales relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos • Procesos para identificar y evaluar aspectos materiales de biodiversidad E5 Uso de los recursos y economía circular • IROs materiales relacionados con la economía circular S1 Las personas en Puig • IROs materiales relacionados con las personas en Puig • Información adicional sobre IROs materiales S2 Las personas en la cadena de valor • IROs materiales con los trabajadores en la cadena de valor • Información adicional sobre IROs significativos S4 Consumidores y usuarios finales • IROs materiales relacionados con los consumidores y usuarios finales G1 Conducta empresarial • IROs materiales relacionados con la conducta empresarial
IRO-1 Descripción del proceso para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa	1.5 Análisis de materialidad • Gestión de los impactos, riesgos y oportunidades E1 Cambio climático • Resiliencia de la estrategia y el modelo de negocio E3 Recursos hídricos y marinos • Información adicional sobre IROs materiales E4 Biodiversidad y los ecosistemas • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos • Procesos para identificar y evaluar aspectos materiales de biodiversidad

Requisitos de divulgación	Sección
IRO-2 Requisitos de divulgación en NEIS cubiertos por el estado de información no financiera e información de sostenibilidad	1.5 Análisis de materialidad - Requisitos de divulgación en las NEIS cubiertos por el Estado de Información No Financiera Consolidada e Información Sobre Sostenibilidad 5 Anexos - Requisitos de divulgación en NEIS cubiertos por el Estado de Información No Financiera Consolidada e Información sobre Sostenibilidad - Apéndice B
Políticas MDR-P Políticas adoptadas para gestionar las cuestiones relacionadas de sostenibilidad de importancia relativa	1.3 Gobierno corporativo - Políticas corporativas de Puig E1 Cambio climático - Plan de transición E2 Contaminación - Políticas E3 Recursos hídricos y marinos - Políticas E4 Biodiversidad y los ecosistemas - Políticas E5 Uso de los recursos y economía circular - Políticas S1 Las personas en Puig - Políticas S2 Las personas de la cadena de valor - Políticas G1 Conducta empresarial - Políticas de conducta y cultura empresarial
Actuaciones MDR-A – Actuaciones y recursos en relación con las cuestiones de sostenibilidad de importancia relativa	E1 Cambio climático - Acciones E2 Contaminación - Acciones E3 Recursos hídricos y marinos - Acciones E4 Biodiversidad y los ecosistemas - Acciones E5 Uso de recursos y economía circular - Acciones S1 Las personas en Puig - Acciones S2 Las personas en la cadena de valor - Acciones
Métricas MDR-M – Parámetros en relación con las cuestiones de sostenibilidad de importancia relativa	E1 Cambio climático - Objetivos y métricas - Consumo y mix energético - Emisiones de GEI

Requisitos de divulgación	Sección
	E2 Contaminación • Objetivos y métricas • Contaminación del aire
	E3 Recursos hídricos y marinos • Objetivos y métricas • Extracción de agua
	E4 Biodiversidad y los ecosistemas • Objetivos y métricas
Parámetros MDR-M – Parámetros en relación con las cuestiones de sostenibilidad de importancia relativa	E5 Uso de los recursos y economía circular • Objetivos y métricas • Salidas de recursos S1 Las personas en Puig • Objetivos y métricas • Características de los empleados • Parámetros de diversidad • Salarios adecuados • Personas con discapacidad • Parámetros de formación y desarrollo de capacidades • Parámetros de salud y seguridad • Conciliación laboral • Remuneración • Incidentes, quejas e impactos graves en los derechos humanos S2 Las personas de la cadena de valor • Objetivos y métricas G1 Conducta empresarial • Incidentes de corrupción y soborno confirmados • Prácticas de pago • Anexo metodológico
Metas MDR-T – Seguimiento de la eficacia de las políticas y actuaciones a través de metas	E1 Cambio climático • Objetivos y métricas E2 Contaminación • Objetivos y métricas E3 Recursos hídricos y marinos • Objetivos y métricas E4 Biodiversidad y los ecosistemas • Objetivos y métricas E5 Uso de recursos y economía circular • Objetivos y métricas S1 Las personas en Puig • Objetivos y métricas S2 Las personas en la cadena de valor • Objetivos y métricas • Anexo metodológico
E1-1 Plan de transición para la mitigación del cambio climático	E1 Cambio climático • Plan de transición

Requisitos de divulgación	Sección
E1-2 Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo	E1 Cambio climático • Plan de transición
E1-3 Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático	E1 Cambio climático • Acciones
E1-4 Metas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo	E1 Cambio climático • Objetivos y métricas
E1-5 Consumo y combinación energéticos	E1 Cambio climático • Consumo y mix energético
E1-6 Emisiones brutas de GEI de alcance 1, 2 y 3 y emisiones de GEI totales	E1 Cambio climático • Emisiones de GEI
E1-7 Absorciones de GEI y proyectos de mitigación de GEI financiados mediante créditos de carbono	E1 Cambio climático • Eliminaciones de GEI y proyectos de mitigación de GEI financiados mediante créditos de carbono
E1-8 Sistema de fijación del precio interno del carbono	E1 Cambio climático • Precio interno del carbono
E1-9 Efectos financieros previstos de los riesgos físicos y de transición de importancia relativa y oportunidades potenciales relacionadas con el cambio climático	Introducción paulatina (Acto Delegado “Quick Fix”)
E2-1 Políticas relacionadas con la contaminación	E2 Contaminación • Políticas
E2-2 Actuaciones y recursos relacionados con la contaminación	E2 Contaminación • Acciones
E2-3 Metas relacionadas con la contaminación	E2 Contaminación • Objetivos y métricas
E2-4 Contaminación del aire, del agua y del suelo	E2 Contaminación • Contaminación del aire
E2-5 Sustancias preocupantes y sustancias extremadamente preocupantes	E2 Contaminación • Información adicional
E2-6 Efectos financieros previstos de las incidencias, los riesgos y las oportunidades relacionados con la contaminación	E2 Contaminación • Información adicional
E3-1 Políticas relacionadas con los recursos hídricos y marinos	E3 Recursos hídricos y marinos • Políticas
E3-2 Actuaciones y recursos relacionados con los recursos hídricos y marinos	E3 Recursos hídricos y marinos • Acciones
E3-3 Metas relacionadas con los recursos hídricos y marinos	E3 Recursos hídricos y marinos • Objetivos y métricas

Requisitos de divulgación	Sección
E3-4 Consumo de agua	E3 Recursos hídricos y marinos • Extracción de agua
E3-5 Efectos financieros previstos de las incidencias, los riesgos y las oportunidades relacionados con los recursos hídricos y marinos	Introducción paulatina (Acto Delegado “Quick Fix”)
E4-1 Plan de transición y consideración de la biodiversidad y los ecosistemas en la estrategia y el modelo de negocio	E4 Biodiversidad y los ecosistemas • Plan de transición
E4-2 Políticas relacionadas con la biodiversidad y los ecosistemas	E4 Biodiversidad y los ecosistemas • Políticas
E4-3 Actuaciones y recursos relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas	E4 Biodiversidad y los ecosistemas • Acciones
E4-4 Metas relacionadas con la biodiversidad y los ecosistemas	E4 Biodiversidad y los ecosistemas • Objetivos y métricas
E4-5 Parámetros de incidencia relacionados con los cambios de la biodiversidad y de los ecosistemas	E4 Biodiversidad y los ecosistemas • Objetivos y métricas
E4-6 Efectos financieros previstos de los riesgos y las oportunidades relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas	Introducción paulatina ((Acto Delegado “Quick Fix”)
E5-1 Políticas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular	E5 Uso de los recursos y economía circular • Políticas
E5-2 Actuaciones y recursos relacionados con el uso de los recursos y la economía circular	E5 Uso de los recursos y economía circular • Acciones
E5-3 Metas relacionadas con el uso de los recursos y la economía circular	E5 Uso de los recursos y economía circular • Objetivos y métricas
E5-5 Salidas de recursos	E5 Uso de los recursos y economía circular • Salidas de recursos
E5-6 Efectos financieros previstos de las incidencias, los riesgos y las oportunidades relacionados con el uso de los recursos y la economía circular	Introducción paulatina (Acto Delegado “Quick Fix”)
S1-1 Políticas relacionadas con el personal propio	S1 Las personas en Puig • Políticas
S1-2 Procesos para colaborar con los trabajadores propios y los representantes de los trabajadores en materia de incidencias	S1 Las personas en Puig • Procesos de participación y desarrollo de las personas en Puig
S1-3 Procesos para reparar las incidencias negativas y canales para que los trabajadores propios expresen sus inquietudes	S1 Las personas en Puig • Procesos para abordar inquietudes
S1-4 Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre el personal propio, enfoques para mitigar los riesgos de importancia relativa y aprovechar las oportunidades de importancia relativa relacionados con el personal propio y eficacia de dichas actuaciones	S1 Las personas en Puig • Acciones

Requisitos de divulgación	Sección
S1-5 Metas relacionadas con la gestión de incidencias negativas de importancia relativa, el impulso de incidencias positivas y la gestión de riesgos y oportunidades de importancia relativa	S1 Las personas en Puig • Objetivos y métricas
S1-6 Características de los asalariados de la empresa	S1 Las personas en Puig • Características de los empleados
S1-7 Características de los trabajadores no asalariados en el personal propio de la empresa	Introducción paulatina (Acto Delegado “Quick Fix”)
S1-9 Parámetros de diversidad	S1 Las personas en Puig • Parámetros de diversidad
S1-10 Salarios adecuados	S1 Las personas en Puig • Salarios adecuados
S1-11 Protección social	Introducción paulatina (Acto Delegado “Quick Fix”)
S1-12 Personas con discapacidad	S1 Las personas en Puig • Personas con discapacidad
S1-13 Parámetros de formación y desarrollo de capacidades	S1 Las personas en Puig • Parámetros de formación y desarrollo de capacidades
S1-14 Parámetros de salud y seguridad	S1 Las personas en Puig • Parámetros de salud y seguridad
S1-15 Parámetros de conciliación laboral	S1 Las personas en Puig • Conciliación laboral
S1-16 Parámetros de retribución (brecha salarial y retribución total)	S1 Las personas en Puig • Remuneración
S1-17 Incidentes, reclamaciones e incidencias graves relacionados con los derechos humanos	S1 Las personas en Puig • Incidentes, quejas e impactos graves en los derechos humanos
S2-1 Políticas relacionadas con los empleados de la cadena de valor	S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas
S2-2 Procesos para la colaborar con los empleados de la cadena de valor en materia de incidencias	S2 Las personas de la cadena de valor • Procesos
S2-3 Procesos para reparar las incidencias negativas y canales para que los trabajadores de la cadena de valor expresen sus inquietudes	S2 Las personas de la cadena de valor • Compromiso de Puig con las personas en la cadena de valor
S2-4 Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre los trabajadores de la cadena de valor, enfoques para gestionar los riesgos de importancia relativa y aprovechar las oportunidades de importancia relativa relacionados con los trabajadores de la cadena de valor y la eficacia de dichas actuaciones	S2 Las personas de la cadena de valor • Acciones
S2-5 Metas relacionadas con la gestión de incidencias negativas de importancia relativa, el impulso de incidencias positivas y la gestión de riesgos y oportunidades de importancia relativa	S2 Las personas de la cadena de valor • Objetivos y métricas

Requisitos de divulgación	Sección
S4-1 Políticas relacionadas con los consumidores y usuarios finales	Introducción paulatina (Acto Delegado “Quick Fix”) Acerca del informe • Circunstancias específicas S4 Consumidores y usuarios finales • Políticas
S4-2 Procesos para colaborar con los consumidores y usuarios finales en materia de incidencias	Introducción paulatina (Acto Delegado “Quick Fix”) Acerca del informe • Circunstancias específicas S4 Consumidores y usuarios finales • Procesos
S4-3 Procesos para reparar las incidencias negativas y canales para que los consumidores y usuarios finales expresen sus inquietudes	Introducción paulatina (Acto Delegado “Quick Fix”) Acerca del informe • Circunstancias específicas S4 Consumidores y usuarios finales • Canales de remediación
S4-4 Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre los consumidores y usuarios finales, enfoques para mitigar los riesgos de importancia relativa y aprovechar las oportunidades de importancia relativa relacionados con los consumidores y usuarios finales y la eficacia de dichas actuaciones	Introducción paulatina (Acto Delegado “Quick Fix”) Acerca del informe • Circunstancias específicas S4 Consumidores y usuarios finales • Acciones
S4-5 Metas relacionadas con la gestión de incidencias negativas de importancia relativa, el impulso de incidencias positivas y la gestión de riesgos y oportunidades de importancia relativa	Introducción paulatina (Acto Delegado “Quick Fix”) Acerca del informe • Circunstancias específicas S4 Consumidores y usuarios finales • Objetivos y métricas
G1-1 Cultura corporativa y políticas de cultura corporativa y conducta empresarial	G1 Conducta empresarial • Políticas de conducta y cultura empresarial
G1-2 Gestión de las relaciones con los proveedores	G1 Conducta empresarial • Gestión de relaciones con proveedores
G1-3 Prevención y detección de la corrupción y el soborno	G1 Conducta empresarial • Prevención y detección de la corrupción y el soborno
G1-4 Casos de corrupción o soborno	G1 Conducta empresarial • Incidentes de corrupción y soborno confirmados
G1-6 Prácticas de pago	G1 Conducta empresarial • Prácticas de pago

Con respecto al Apéndice B, no se ha identificado ninguna conexión entre la legislación de la UE y la divulgación de información de **Puig**. Los análisis del RDFS, del Pilar 3, y del Reglamento de Índices de Referencia, y de la Ley del Clima de la UE muestran que ninguna de estas normativas es aplicable directamente a **Puig**. El RDFS se aplica a los participantes en los

mercados financieros, requiriendo divulgaciones sobre sostenibilidad. El Pilar 3 (RRC) está dirigido a bancos y empresas de inversión, no a entidades corporativas como **Puig**. El Reglamento de Índices de Referencia rige los índices financieros y no afecta directamente a **Puig**, a menos que forme parte de un índice de referencia regulado. La Ley del Clima de la UE establece el marco para los objetivos climáticos de la UE, pero no impone obligaciones directas a las empresas.

Lista de puntos de datos en normas transversales y temáticas que derivan de otra legislación de la UE

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Referencia del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros	Referencia del Pilar 3	Referencia del Reglamento sobre los índices de referencia	Referencia de la Legislación Europea sobre el Clima	Párrafo
NEIS 2 GOV-1 Diversidad de género del consejo de administración apartado 21, letra d)	Indicador n.º 13 del cuadro 1 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816 de la Comisión, anexo II		1.3 Gobierno corporativo • Modelo de gobierno corporativo de Puig • Consejo de Administración
NEIS 2 GOV-1 Porcentaje de miembros del consejo que son independientes, párrafo 21 e)			Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		1.3 Gobierno corporativo • Modelo de gobierno corporativo de Puig • Consejo de Administración
NEIS 2 GOV-4 Declaración de diligencia debida apartado 30	Indicador n.º 10 del cuadro 3 del anexo 1				1.3 Gobierno corporativo • Declaración sobre debida diligencia
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relativas a combustibles fósiles apartado 40, letra d), inciso i)	Indicador n.º 4 del cuadro 1 del anexo 1	Artículo 449 bis del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión(6), cuadro 1: Información cualitativa sobre el riesgo ambiental y cuadro 2: Información cualitativa sobre el riesgo social	Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		No aplicable
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relacionadas con la producción de sustancias químicas apartado 40, letra d), inciso ii)	Indicador n.º 9 del cuadro 2 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		No aplicable

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Referencia del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros	Referencia del Pilar 3	Referencia del Reglamento sobre los índices de referencia	Referencia de la Legislación Europea sobre el Clima	Párrafo
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relacionadas con armas controvertidas apartado 40, letra d), inciso iii)	Indicador n.º 14 del cuadro 1 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1 Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		No aplicable
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relacionadas con el cultivo y la producción de tabaco apartado 40, letra d), inciso iv)			Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1 Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		No aplicable
NEIS E1-1 Plan de transición para alcanzar la neutralidad climática para 2050 apartado 14				Reglamento (UE) 2021/1119, artículo 2, apartado 1	E1 Cambio climático • Plan de transición
NEIS E1-1 Empresas excluidas de los índices de referencia armonizados con el Acuerdo de París apartado 16, letra g)		Artículo 449a Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (EU) 2022/2453 de la Comisión Plantilla 1: Cartera bancaria Riesgo de transición ligado al cambio climático: Calidad crediticia de las exposiciones por sector, emisiones y vencimiento residual	Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, Artículo 12.1 (d) a (g), y Artículo 12.2		E1 Cambio climático • Plan de Transición • Consideraciones adicionales
NEIS E1-4 Metas de reducción de las emisiones de GEI párrafo 34	Indicador n.º 4 del cuadro 2 del anexo 1	Artículo 449, letra a), del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, plantilla 3: Cartera bancaria – Riesgo de transición ligado al cambio climático: parámetros de armonización	Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 6		E1 Cambio climático • Objetivos y métricas
NEIS E1-5 Consumo de energía a partir de fósiles no renovables, desagregado por fuentes (solo sectores con alto impacto climático) apartado 38	Indicador n.º 5 del cuadro 1 e indicador n.º 5 del cuadro 2 del anexo 1				E1 Cambio climático • Consumo y mix energético

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Referencia del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros	Referencia del Pilar 3	Referencia del Reglamento sobre los índices de referencia	Referencia de la Legislación Europea sobre el Clima	Párrafo
NEIS E1-5 Consumo y combinación energéticos párrafo 37	Indicador n.º 5 del cuadro 1 del anexo 1				E1 Cambio climático • Consumo y mix energético
NEIS E1-5 Intensidad energética relacionada con actividades en sectores con alto impacto climático apartados 40 a 43	Indicador n.º 6 del cuadro 1 del anexo 1				E1 Cambio climático • Consumo y mix energético
NEIS E1-6 Emisiones de GEI brutas de alcance 1, 2 y 3 y emisiones de GEI totales apartado 44	Indicadores n.ºs 1 y 2 del cuadro 1 del anexo 1	Artículo 449 bis; Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, plantilla 1: Cartera bancaria – Riesgo de transición ligado al cambio climático: calidad crediticia de las exposiciones por sector, emisiones y vencimiento residual	Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 5, apartado 1, y artículos 6 y 8, apartado 1		E1 Cambio climático • Emisiones de GEI
NEIS E1-6 Intensidad de emisiones brutas de GEI apartados 53 a 55	Indicador n.º 3 del cuadro 1 del anexo 1	Artículo 449 bis del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, plantilla 3: Cartera bancaria – Riesgo de transición ligado al cambio climático: parámetros de armonización	Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 8, apartado 1		E1 Cambio climático • Emisiones de GEI
NEIS E1-7 Absorciones de GEI y créditos de carbono apartado 56				Reglamento (UE) 2021/1119, artículo 2, apartado 1	E1 Cambio climático • Eliminaciones de GEI y proyectos de mitigación de GEI financiados mediante créditos de carbono
NEIS E1-9 Exposición de la cartera de índices de referencia a riesgos físicos relacionados con el clima apartado 66			Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, anexo II Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		Introducción paulatina (Acto Delegado "Quick Fix")

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Referencia del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros	Referencia del Pilar 3	Referencia del Reglamento sobre los índices de referencia	Referencia de la Legislación Europea sobre el Clima	Párrafo
NEIS E1-9 Desagregación de los importes monetarios por riesgos físicos agudos y crónicos apartado 66, letra a) NEIS E1-9 Ubicación de los activos importantes expuestos a riesgos físicos significativos apartado 66, letra c).		Artículo 449 bis del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, apartados 46 y 47; Plantilla 5. Cartera bancaria. Riesgo físico ligado al cambio climático: exposiciones sujetas al riesgo físico.			Introducción paulatina (Acto Delegado "Quick Fix")
NEIS E1-9 Desglose del valor contable de sus activos inmobiliarios por eficiencia energética energética apartado 67, letra c).		Artículo 449 bis del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, apartado 34; plantilla 2: Cartera bancaria - Riesgo de transición ligado al cambio climático: préstamos garantizados por garantías reales consistentes en bienes inmuebles — Eficiencia energética de las garantías reales			Introducción paulatina (Acto Delegado "Quick Fix")
NEIS E1-9 Grado de exposición de la cartera a oportunidades relacionadas con el clima párrafo 69			Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, anexo II		Introducción paulatina (Acto Delegado "Quick Fix")
NEIS E2-4 Cantidad de cada contaminante enumerado en el anexo II del Reglamento PRTR europeo (Registro europeo de emisiones y transferencias de contaminantes) emitido al aire, al agua y al suelo, apartado 28	Indicador n.º 8 del cuadro 1 del anexo 1, indicador n.º 2 del cuadro 2 del anexo 1, indicador n.º 1 del cuadro 2 del anexo 1, indicador n.º 3 del cuadro 2 del anexo 1				E2 Contaminación Contaminación del aire
NEIS E3-1 Recursos hídricos y marinos apartado 9	Indicador n.º 7 del cuadro 2 del anexo 1				E3 Recursos hídricos y marinos Política del Agua de Puig

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Referencia del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros	Referencia del Pilar 3	Referencia del Reglamento sobre los índices de referencia	Referencia de la Legislación Europea sobre el Clima	Párrafo
NEIS E3-1 Políticas específicas apartado 13	Indicador n.º 8 del cuadro 2 del anexo 1				E3 Recursos hídricos y marinos • Políticas
NEIS E3-1 Gestión sostenible de los océanos y mares apartado 14	Indicador n.º 12 del cuadro 2 del anexo 1				No material
NEIS E3-4 Total de agua reciclada y reutilizada apartado 28, letra (c)	Indicador n.º 6.2 del cuadro 2 del anexo 1				No material
NEIS E3-4 Consumo total de agua en m³ por ingresos netos de las operaciones propias apartado 29	Indicador n.º 6.1 del cuadro 2 del anexo 1				No material
NEIS 2 - IRO 1 - E4 apartado 16, letra a), inciso i)	Indicador número 7 Tabla n.º 1 del Anexo 1				E4 Biodiversidad y ecosistemas • IROs materiales relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos
NEIS 2 - IRO 1 - E4 apartado 16, letra b)	Indicador n.º 10 del cuadro 2 del anexo 1				E4 Biodiversidad y ecosistemas • IROs materiales relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos
NEIS 2 - IRO 1 - E4 apartado 16, letra c)	Indicador n.º 14 del cuadro 2 del anexo 1				E4 Biodiversidad y ecosistemas • IROs materiales relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos
NEIS E4-2 Prácticas o políticas agrarias o de uso de la tierra sostenibles apartado 24, letra (b)	Indicador n.º 11 del cuadro 2 del anexo 1				E4 Biodiversidad y ecosistemas • Políticas
NEIS E4-2 Prácticas o políticas marinas u oceánicas sostenibles apartado 24, letra c)	Indicador n.º 12 del cuadro 2 del anexo 1				E4 Biodiversidad y ecosistemas • Políticas

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Referencia del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros	Referencia del Pilar 3	Referencia del Reglamento sobre los índices de referencia	Referencia de la Legislación Europea sobre el Clima	Párrafo
NEIS E4-2 Políticas para hacer frente a la deforestación apartado 24, letra d)	Indicador n.º 15 del cuadro 2 del anexo 1				E4 Biodiversidad y ecosistemas • Políticas
NEIS E5-5 Residuos no reciclados apartado 37, letra d)	Indicador n.º 13 del cuadro 2 del anexo 1				E5 Uso de los recursos y economía circular • Salidas de recursos
NEIS E5-5 Residuos peligrosos y residuos radioactivos apartado 39	Indicador n.º 9 del cuadro 1 del anexo 1				E5 Uso de los recursos y economía circular • Salidas de recursos
NEIS 2- SBM3 - S1 Riesgo de casos de trabajo forzoso apartado 14, letra f)	Indicador n.º 13 del cuadro 3 del anexo I				S1 Las personas en Puig • IROs materiales relacionados con las personas en Puig • Información adicional sobre los IROs materiales
NEIS 2- SBM3 - S1 Riesgo de casos de trabajo infantil apartado 14, letra g)	Indicador n.º 12 del cuadro 3 del anexo I				S1 Las personas en Puig • IROs materiales relacionados con las personas en Puig • Información adicional sobre los IROs materiales
NEIS S1-1 Compromisos políticos en materia de derechos humanos apartado 20	Indicador n.º 9 del cuadro 3 e indicador n.º 11 del cuadro 1 del anexo I				S1 Las personas en Puig • Políticas
NEIS S1-1 Políticas de diligencia debida respecto de las cuestiones a que se refieren los convenios fundamentales 1 a 8 de la Organización Internacional del Trabajo apartado 21			Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		S1 Las personas en Puig • Políticas
NEIS S1-1 Procesos y medidas de prevención de trata de seres humanos apartado 22	Indicador n.º 11 del cuadro 3 del anexo I				S1 Las personas en Puig • Políticas
NEIS S1-1 Políticas de prevención o sistema de gestión de accidentes en el lugar de trabajo apartado 23	Indicador n.º 1 del cuadro 3 del anexo I				S1 Las personas en Puig • Políticas

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Referencia del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros	Referencia del Pilar 3	Referencia del Reglamento sobre los índices de referencia	Referencia de la Legislación Europea sobre el Clima	Párrafo
NEIS S1-3 Mecanismos de gestión de reclamaciones o quejas apartado 32, letra c)	Indicador n.º 5 del cuadro 3 del anexo I				S1 Las personas en Puig • Procesos para abordar inquietudes
NEIS S1-14 Número de víctimas mortales y número y tasa de accidentes laborales apartado 88, letras b) y c)	Indicador n.º 2 del cuadro 3 del anexo I		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, Anexo II		S1 Las personas en Puig • Parámetros de salud y seguridad
NEIS S1-14 Número de días perdidos por lesiones, accidentes, muertes o enfermedad apartado 88, letra e)	Indicador n.º 3 del cuadro 3 del anexo I				S1 Las personas en Puig • Parámetros de salud y seguridad
NEIS S1-16 Brecha salarial entre hombres y mujeres, sin ajustar apartado 97, letra a)	Indicador n.º 12 del cuadro 1 del anexo I		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		S1 Las personas en Puig • Remuneración
NEIS S1-16 Brecha salarial excesiva entre el director ejecutivo y los trabajadores apartado 97, letra b)	Indicador n.º 8 del cuadro 3 del anexo I				S1 Las personas en Puig • Remuneración
NEIS S1-17 Casos de discriminación apartado 103, letra a)	Indicador n.º 7 del cuadro 3 del anexo I				S1 Las personas en Puig • Incidentes, quejas e impactos graves en los derechos humanos
NEIS S1-17 Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 104, letra a)	Indicador n.º 10 del cuadro 1 e indicador n.º 14 del cuadro 3 del anexo I		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1		S1 Las personas en Puig • Incidentes, quejas e impactos graves en los derechos humanos
NEIS 2- SBM3 – S2 Riesgo importante de trabajo infantil o trabajo forzoso en la cadena de valor apartado 11, letra b)	Indicadores n.ºs 12 y 13 del cuadro 3 del anexo I				S2 Las personas de la cadena de valor • IROs materiales relacionados con los trabajadores en la cadena de valor • Información adicional sobre IROs materiales
NEIS S2-1 Compromisos políticos en materia de derechos humanos apartado 17	Indicador n.º 9 del cuadro 3 e indicador n.º 11 del cuadro 1 del anexo I				S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Referencia del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros	Referencia del Pilar 3	Referencia del Reglamento sobre los índices de referencia	Referencia de la Legislación Europea sobre el Clima	Párrafo
SRS S2-1 Políticas relacionadas con los trabajadores de la cadena de valor apartado 18	Indicadores n.ºs 11 y 4 del cuadro 3 del anexo 1				S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas
NEIS S2-1 Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 19	Indicador n.º 10 del cuadro 1 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1		S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas
NEIS S2-1 Políticas de diligencia debida respecto de las cuestiones a que se refieren los convenios fundamentales 1 a 8 de la Organización Internacional del Trabajo apartado 19			Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas
NEIS S2-4 Problemas e incidentes de derechos humanos relacionados con las fases anteriores y posteriores de su cadena de valor apartado 36	Indicador n.º 14 del cuadro 3 del anexo 1				S2 Las personas de la cadena de valor • Acciones
NEIS S3-1 Compromisos políticos en materia de derechos humanos apartado 16	Indicador n.º 9 del cuadro 3 e indicador n.º 11 del cuadro 1 del anexo 1				No material
NEIS S3-1 Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos, los principios de la OIT y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 17	Indicador n.º 10 del cuadro 1 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1		No material
NEIS S3-4 Problemas e incidentes de derechos humanos apartado 36	Indicador n.º 14 del cuadro 3 del anexo 1				No material
NEIS S4-1 Políticas relacionadas con los consumidores y los usuarios finales apartado 16	Indicador n.º 9 del cuadro 3 e indicador n.º 11 del cuadro 1 del anexo 1				S4 Consumidores y usuarios finales • Políticas

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Referencia del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros	Referencia del Pilar 3	Referencia del Reglamento sobre los índices de referencia	Referencia de la Legislación Europea sobre el Clima	Párrafo
NEIS S4-1 Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 17	Indicador n.º 10 del cuadro 1 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1		S4 Consumidores y usuarios finales • Políticas
NEIS S4-4 Problemas e incidentes de derechos humanos apartado 35	Indicador n.º 14 del cuadro 3 del anexo 1				S4 Consumidores y usuarios finales • Objetivos y métricas
NEIS G1-1 Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción apartado 10, letra b)	Indicador n.º 15 del cuadro 3 del anexo 1				G1 Conducta empresarial • Políticas de conducta y cultura empresarial
NEIS G1-1 Protección de los denunciantes apartado 10, letra d)	Indicador n.º 6 del cuadro 3 del anexo 1				G1 Conducta empresarial • Políticas de conducta y cultura empresarial
NEIS G1-4 Multas por infringir las leyes de lucha contra la corrupción y el soborno, apartado 24, letra a)	Indicador n.º 17 del cuadro 3 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		G1 Conducta empresarial • Incidentes de corrupción y soborno confirmados
NEIS G1-4 Normas de lucha contra la corrupción y el soborno apartado 24, letra b)	Indicador n.º 16 del cuadro 3 del anexo 1				G1 Conducta empresarial • Prevención y detección de la corrupción y el soborno

Índice de contenidos requeridos por la ley 11/2018

Cuestiones generales

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Breve descripción del modelo de negocio del grupo (entorno empresarial)	SBM-1 Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	1.1. Perfil de la compañía • Puig de un vistazo	
Organización y estructura	SBM-1 Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor GOV-1 El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión	1.1. Perfil de la compañía • Puig de un vistazo • Propósito y valores 1.2. Comunidad • Compromiso con el crecimiento responsable • Medioambiente • Impacto social 1.3. Gobierno corporativo • Modelo de gobierno corporativo de Puig	
Mercados en los que opera	SBM-1 Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	1.1. Perfil de la compañía • Puig de un vistazo 1.4 Performance • Contexto de negocio • Segmentos geográficos • Canales	
Objetivos y estrategias	SBM-1 Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	1.2. Comunidad • Compromiso con el crecimiento responsable • Medioambiente • Impacto social 1.4 Performance • Contexto de negocio	
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura	SBM-1 Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	1.4. Performance	
Marco de reporting	BP-1 Base general para la elaboración del estado de sostenibilidad	Acerca del informe • Bases para la elaboración del Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad	
Análisis de materialidad	SBM-2 Intereses y opiniones de las partes interesadas SBM-3 Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio IRO-1 Descripción de los procesos para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa	1.5. Análisis de materialidad	

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Enfoque de gestión			
Políticas y sus resultados	MRD-P E1-2 Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo E2-1 Políticas relacionadas con la contaminación E3-1 Políticas relacionadas con los recursos hídricos y marinos E4-2 Políticas relacionadas con la biodiversidad y los ecosistemas E5-1 Políticas relacionadas con el uso de recursos y la economía circular S1-1 Políticas relacionadas con el personal propio S2-1 Políticas relacionadas con los empleados de la cadena de valor S4-1 Políticas relacionadas con los consumidores y usuarios finales G1-1 Cultura corporativa y políticas de cultura corporativa y conducta empresarial	1.3. Gobierno corporativo • Políticas Corporativas de Puig E1 Cambio Climático • Plan de transición E2 Contaminación • Políticas E3 Recursos hídricos y marinos • Políticas E4 Biodiversidad y ecosistemas • Políticas E5 Uso de recursos y economía circular • Políticas S1 Las personas en Puig • Políticas S2 Las personas en la cadena de valor • Políticas S4 Usuarios y consumidores finales • Políticas G1 Conducta empresarial • Políticas de conducta y cultura empresarial	
Riesgos y su gestión	SBM-3 Impactos, riesgos y oportunidades significativos y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio GOV-2 Información facilitada a los órganos de administración, dirección y supervisión de la empresa y cuestiones de sostenibilidad abordadas por ellos	1.5. Análisis de materialidad • IROs materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio 1.3. Gobierno corporativo • Modelo de gobierno corporativo de Puig • Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración	

Aspectos medioambientales

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	SBM-3 Impactos, riesgos y oportunidades significativos y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio	1.5. Análisis de materialidad • IROs materiales y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio	

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Procedimientos de evaluación o certificación medioambiental	E1-NEIS 2 IRO-1 Descripción de los procesos para determinar y evaluar los impactos, riesgos y oportunidades significativos relacionados con el clima (clima)	E1 Cambio climático • IROs materiales relacionados con el cambio climático • Resiliencia de la estrategia y el modelo de negocio	
	Criterio interno	E2 Contaminación • Acciones	
Recursos dedicados a la prevención de riesgos medioambientales	E1-3 Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático E2-2 Actuaciones y recursos relacionados con la contaminación E3-2 Actuaciones y recursos relacionados con los recursos hídricos y marinos E4-3 Actuaciones y recursos relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas E5-2 Actuaciones y recursos relacionados con el uso de los recursos y la economía circular	E1 Cambio climático • Acciones E2 Contaminación • Acciones E3 Recursos hídricos y marinos • Acciones E4 Biodiversidad y ecosistemas • Acciones E5 Uso de los recursos y economía circular • Acciones	
Aplicación del principio de precaución	GRI 2-23 Compromisos y políticas	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información medioambiental	
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información medioambiental	
Contaminación			
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	E1-3 Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático	E1 Cambio climático • Acciones	La contaminación acústica y lumínica no se consideran significativas debido al tipo de actividad y la ubicación de las fábricas de Puig .
Economía circular y prevención y gestión de residuos			
Medidas de prevención, y reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de residuos	E5-2 Actuaciones y recursos relacionados con el uso de los recursos y la economía circular	E5 Uso de los recursos y economía circular • Acciones	
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		No material debido al tipo de actividad de Puig .

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Uso sostenible de los recursos			
El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	E3-ESRS 2 IRO-1 Descripción de los procesos para determinar y evaluar los recursos hídricos y marinos significativos	E3 Recursos hídricos y marinos • Información adicional sobre IROs materiales	
	E3-4 Consumo de agua	E3 Recursos hídricos y marinos • Extracción de agua	
Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	GRI 301-1 Materiales usados, por peso o volumen	5. Anexos • Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información medioambiental	
	E5-2 Actuaciones y recursos relacionados con el uso de los recursos y la economía circular	E5 Uso de los recursos y economía circular • Acciones	
Consumo, directo e indirecto, de energía	E1-5 Consumo y combinación energéticos	E1 Cambio climático • Consumo y mix energético	
Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia energética	E1-3 Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático	E1 Cambio climático • Acciones	
Uso de energías renovables	E1-5 Consumo y combinación energéticos	E1 Cambio climático • Consumo y mix energético	
Cambio climático			
Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	E1-1 Plan de transición para la mitigación del cambio climático	E1 Cambio climático • Plan de transición	
	E1-6 Emisiones brutas de GEI de alcance 1, 2 y 3 y emisiones de GEI totales	E1 Cambio climático • Emisiones de GEI	
Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	E1-3 Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático	E1 Cambio climático • Resiliencia de la estrategia y el modelo de negocio • Plan de Transición • Acciones	
Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	E1-4 Metas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo	E1 Cambio climático • Objetivos y métricas	
	E1-3 Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático	E1 Cambio climático • Acciones	
Protección de la biodiversidad			

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	E4-3 Actuaciones y recursos relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas	E4 Biodiversidad y ecosistemas • Acciones	
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	E4-ESRS 2- SBM 3 Impactos, riesgos y oportunidades significativos y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio (biodiversidad y ecosistemas)	E4 Biodiversidad y ecosistemas • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos • Procesos para identificar y evaluar aspectos materiales de biodiversidad	

Cuestiones sociales y relativas al personal

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Empleo			
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	GRI 2-7 empleados GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobernanza y empleados	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 2-7 empleados	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	GRI 2-7 empleados Criterio interno	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Retribuciones medias por sexo, edad y clasificación profesional o valor equivalente	Criterio interno	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	Criterio interno	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	Criterio interno	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Implantación de políticas de desconexión laboral	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Empleados con discapacidad	S1-12 Personas con discapacidad	S1 Las personas en Puig • Personas con discapacidad 5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Organización del trabajo			
Organización del tiempo de trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Número de horas de absentismo	Criterio interno	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	S1-4 Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre el personal propio	S1 Las personas en Puig • Acciones	
Salud y seguridad			
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	S1-4 Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre el personal propio	S1 Las personas en Puig • Acciones	
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	S1-14 Parámetros de salud y seguridad GRI 403-9 Lesiones por accidente laboral IF = N.º accidentes laborales con baja * 1 000 000 / N.º total de horas trabajadas IG = N.º jornadas perdidas por accidentes laborales * 1000 / N.º total de horas trabajadas	S1 Las personas en Puig • Parámetros de salud y seguridad 5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Relaciones sociales			
Organización del diálogo social (incluidos procedimientos de información, consulta y negociación con el personal)	S1-2 Procesos para la participación de los empleados	S1 Las personas en Puig • Procesos de participación y desarrollo de las personas en Puig	
Porcentaje de empleados amparados por convenios colectivos por país	GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el ámbito de la salud y seguridad laboral	S1-4 Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre el personal propio S1-2 Procesos para la participación de los empleados	S1 Las personas en Puig • Acciones S1 Las personas en Puig • Procesos de participación y desarrollo de las personas en Puig	
Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la compañía para fomentar la implicación de los empleados en la gestión, en términos de información, consulta y participación.	S1-2 Procesos para la participación de los empleados	S1 Las personas en Puig • Procesos de participación y desarrollo de las personas en Puig	
Formación			
Políticas implementadas en el ámbito de la formación	S1-4 Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre el personal propio	S1 Las personas en Puig • Acciones	
La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	Criterio interno	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
Igualdad			
Medidas adoptadas para fomentar la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres	S1-4 Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre el personal propio	S1 Las personas en Puig • Acciones	

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad;	S1-4 Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre el personal propio GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	S1 Las personas en Puig • Acciones 5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre gestión de personas	
La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	S1-1 Políticas relacionadas con el personal propio	S1 Las personas en Puig • Políticas	

Información sobre el respeto de los Derechos Humanos

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GOV-4 Declaración sobre debida diligencia	1.3. Gobierno corporativo • Declaración sobre debida diligencia	
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	G1-1 Cultura corporativa y políticas de cultura corporativa y conducta empresarial	4. Gobernanza • Políticas de conducta y cultura empresarial	
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Criterio interno	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre el respeto de los derechos humanos	
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación	G1-1 Cultura corporativa y políticas de cultura corporativa y conducta empresarial	4. Gobernanza • Políticas de conducta y cultura empresarial	
Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	S1-1 Políticas relacionadas con el personal propio S1-2 Procesos para la participación de los empleados G1-1 Cultura corporativa y políticas de cultura corporativa y conducta empresarial	S1 Las personas en Puig • Políticas S1 Las personas en Puig • Procesos de participación y desarrollo de las personas en Puig 4. Gobernanza • Políticas de conducta y cultura empresarial	
Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	S2-4 Adopción de medidas relacionadas con los impactos significativos sobre los empleados de la cadena de valor	S2 Las personas de la cadena de valor • Acciones	
	G1-1 Cultura corporativa y políticas de cultura corporativa y conducta empresarial	4. Gobernanza • Políticas de conducta y cultura empresarial	

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Abolición efectiva del trabajo infantil	S2-4 Adopción de medidas relacionadas con los impactos significativos sobre los empleados de la cadena de valor G1-1 Cultura corporativa y políticas de cultura corporativa y conducta empresarial	S2 Las personas de la cadena de valor • Acciones 4. Gobernanza • Políticas de conducta y cultura empresarial	

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	G1-3 Prevención y detección de la corrupción y el soborno	4. Gobernanza • Prevención y detección de la corrupción y el soborno	
Medidas para combatir el blanqueo de capitales	G1-3 Prevención y detección de la corrupción y el soborno	4. Gobernanza • Prevención y detección de la corrupción y el soborno	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información financiera	

Información sobre la compañía

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Compromisos de la compañía con el desarrollo sostenible			
Impacto de las actividades de la compañía en el empleo y el desarrollo local	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Acciones para generar impacto en la sociedad	
Impacto de la actividad de la compañía en las comunidades locales y en el territorio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Acciones para generar impacto en la sociedad	
Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y modalidades de diálogo con ellos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Acciones para generar impacto en la sociedad	
Acciones de asociación o patrocinios	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales Criterio interno	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Acciones para generar impacto en la sociedad	

Ámbitos	Marco de divulgación	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Subcontratación y proveedores			
La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	S2-1 Políticas relacionadas con los empleados de la cadena de valor	S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas	
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	G1-2 Gestión de las relaciones con los proveedores	4. Gobernanza • Gestión de las relaciones con los proveedores	
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	G1-2 Gestión de las relaciones con los proveedores	S2 Las personas en la cadena de valor • Acciones 4. Gobernanza • Gestión de relaciones con proveedores	
Consumidores			
Medidas para la salud y seguridad de los consumidores	S4-3 Procesos para remediar los impactos negativos para los consumidores y usuarios finales	S4 Consumidores y usuarios finales • Canales de corrección • Seguridad del producto	
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	S4-3 Procesos para remediar los impactos negativos para los consumidores y usuarios finales GRI 2-16 Comunicación de preocupaciones críticas GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos Criterio interno	S4 Consumidores y usuarios finales • Canales de corrección 5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información sobre el consumidor	
Información fiscal			
Beneficios obtenidos país por país	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información financiera	
Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información financiera	
Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	5. Anexos Información complementaria exigida por la Ley 11/2018 • Información financiera	

Tabla de referencias SASB ⁴³

Temas de divulgación sobre sostenibilidad y parámetros de contabilidad

Parámetro de contabilidad	Categoría	Unidad de medida	Código SASB	Cierre 2025	Perímetro (segmento negocio Puig)
Gestión del agua					
Total de agua extraída	Cuantitativo	Mil metros cúbicos (m³)	CG-HP-140a.1	81.333	Fábricas de Puig
Total de agua consumida	Cuantitativo	Mil metros cúbicos (m³)	CG-HP-140a.1	19.264	Fábricas de Puig
% de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-HP-140a.1	38% del agua extraída total 61% del agua consumida total	Fábricas de Puig
Descripción de los riesgos de la gestión del agua y análisis de las estrategias y las prácticas para mitigarlos	Debate y análisis	N/A	CG-HP-140a.2	E3 Recursos hídricos y marinos • Acciones	
Desempeño del producto en materia de medioambiente, salud y seguridad					
Ingresos de productos que contienen sustancias extremadamente preocupantes (SEP) según el reglamento REACH	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-HP-250a.1	0	
Ingresos de productos que contienen sustancias incluidas en la lista de sustancias químicas candidatas a estar sujetas al control de sustancias tóxicas (DTSC) de California	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-HP-250a.2	Puig no reporta este indicador	
Análisis del proceso de identificación y gestión de nuevos materiales y sustancias químicas de interés	Debate y análisis	N/A	CG-HP-250a.3	E2 Contaminación • Políticas • Estándares de ingredientes comunes	
Los ingresos de los productos diseñados de acuerdo a los principios de la química verde o sostenible	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-HP-250a.4	Puig no reporta este indicador	
Gestión del ciclo de vida de los envases					
Peso total de los envases	Cuantitativo	Toneladas métricas (t)	CG-HP-410a.1	Puig no reporta este indicador	
Porcentaje fabricado con materiales reciclados o renovables	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-HP-410a.1	Puig no reporta este indicador	
Porcentaje que es reciclable, reutilizable o compostable	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-HP-410a.1	75	Fragancias
Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes a lo largo de su ciclo de vida	Debate y análisis	N/A	CG-HP-410a.2	E5 Uso de los recursos y economía circular • Acciones	

⁴³ SASB: Sustainability Accounting Standards Board.

Parámetro de contabilidad	Categoría	Unidad de medida	Código SASB	Cierre 2025	Perímetro (segmento negocio Puig)
Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro del aceite de palma					
Cantidad de aceite de palma obtenido	Cuantitativo	Toneladas métricas (t)	CG-HP-430a.1	6.352,95€	Aceite de palma y derivados; compras directas y a través de terceros
Porcentaje certificado a través de las cadenas de suministro de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO) como Identidad preservada	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-HP-430a.1	0	
Porcentaje certificado a través de las cadenas de suministro de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO) como Segregación	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-HP-430a.1	0	
Porcentaje certificado a través de las cadenas de suministro de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO) como Balance de masas	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-HP-430a.1	99,31	Aceite de palma y derivados; compras directas y a través de terceros
Porcentaje certificado a través de las cadenas de suministro de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO) como Registro y Reclamo	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-HP-430a.1	0	

Parámetros de actividad

Parámetro de actividad	Categoría	Unidad de medida	Código SASB	Cierre 2025	Perímetro (Segmento negocio Puig)
Unidades de producto vendidas	Cuantitativo	Número	CG-HP-000.A	Puig no reporta este indicador	
Peso total de los productos vendidos	Cuantitativo	Toneladas métricas (t)	CG-HP-000.A	Puig no reporta este indicador	
Número de instalaciones de fabricación	Cuantitativo	Número	CG-HP-000.B	7	Puig

Los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Principio	Referencia
1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	1. Información general 1.3 Gobierno corporativo • Declaración sobre debida diligencia 3. Social S1 Las personas en Puig • Políticas S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.	1. Información general 1.3 Gobierno corporativo • Declaración sobre debida diligencia 3. Social S1 Las personas en Puig • Políticas S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas • Acciones
3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	3. Social S1 Las personas en Puig • Políticas
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	1. Información general 1.3 Gobierno corporativo • Declaración sobre debida diligencia 3. Social S1 Las personas en Puig • Políticas S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas • Acciones
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	1. Información general 1.3 Gobierno corporativo • Declaración sobre debida diligencia 3. Social S1 Las personas en Puig • Políticas S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas • Acciones

Principio	Referencia
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	1. Información general 1.3 Gobierno corporativo • Declaración sobre debida diligencia 3. Social S1 Las personas en Puig • Políticas • Declaración sobre la prohibición de discriminación S2 Las personas de la cadena de valor • Políticas
7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.	5. Anexos • Información medioambiental
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medioambiental.	2. Medioambiente E1 Cambio climático • Acciones E2 Contaminación • Acciones E3 Recursos hídricos y marinos • Acciones E4 Biodiversidad y ecosistemas • Acciones E5 Uso de los recursos y economía circular • Acciones
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.	1. Información general 1.3 Gobierno corporativo • Modelo de negocio 2. Medioambiente E1 Cambio climático • Acciones E3 Recursos hídricos y marinos • E3-2 Acciones
10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	1. Información general 1.3 Gobierno corporativo 4. Gobernanza • Gestión de las relaciones con los proveedores

Tabla de referencias IFRS S2/TCFD⁵¹

Gobernanza	Referencia
Describir la supervisión por parte del consejo de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima.	1.3 Gobierno corporativo Modelo de gobierno corporativo de Puig
Describir la función de los gestores en la evaluación y gestión de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima.	1.3 Gobierno corporativo Modelo de gobierno corporativo de Puig
Estrategia	Referencia
Describir los riesgos y oportunidades relacionados con el clima que la organización ha identificado a corto, medio y largo plazo.	E1 Cambio climático - Información adicional sobre IROs materiales - Horizontes temporales para la evaluación
Describir el impacto de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima en los negocios, la estrategia y la planificación financiera de la organización.	E1 Cambio climático Adaptación y mitigación
Describir la resiliencia de la estrategia de la organización, teniendo en cuenta diferentes escenarios relacionados con el clima, incluido un escenario de 2 °C o inferior.	E1 Cambio climático Adaptación y mitigación
Gestión de riesgos	Referencia
Describir los procesos de la organización para identificar y evaluar los riesgos relacionados con el clima.	E1 Cambio climático Identificación de riesgos y oportunidades
Describir los procesos de la organización para gestionar los riesgos relacionados con el clima.	E1 Cambio climático - Escenarios climáticos considerados - Priorización de impactos de riesgos y oportunidades
Describir cómo se integran los procesos de identificación, evaluación y gestión de los riesgos relacionados con el clima en la gestión global del riesgo de la organización.	1.3 Gobierno corporativo Modelo de gobierno corporativo de Puig
Métricas y Objetivos	Referencia
Revelar las métricas utilizadas por la organización para evaluar los riesgos y oportunidades relacionados con el clima de acuerdo con su estrategia y su proceso de gestión de riesgos.	E1 Cambio climático - Acciones - Objetivos y parámetros
Revelar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de Alcance 1, Alcance 2 y, si procede, Alcance 3, así como los riesgos relacionados.	E1 Cambio climático Objetivos y parámetros
Describir los objetivos utilizados por la organización para gestionar los riesgos y oportunidades relacionados con el clima y el desempeño frente a los objetivos.	E1 Cambio climático Objetivos y parámetros

⁵¹ TCFD: Taskforce on Climate-related Financial Disclosures.

Tabla de referencias TNFD⁵²

Gobernanza	Referencia
Describir la supervisión que ejerce el consejo de administración sobre las dependencias, los impactos, los riesgos y las oportunidades relacionados con la naturaleza.	1. Información general 1.3. Gobierno corporativo • Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración
Describir el papel que desempeña la dirección en el análisis y la gestión de las dependencias, los impactos, los riesgos y las oportunidades relacionados con la naturaleza.	1. Información general 1.3. Gobierno corporativo • Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración
Describir las políticas y actividades de participación de la organización en materia de derechos humanos, y la supervisión por parte del consejo de administración y la dirección, con respecto a los pueblos indígenas, las comunidades locales, los afectados y otras partes interesadas, en el análisis y la respuesta de la organización ante las dependencias, impactos, riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza.	1. Información general 1.5 Análisis de materialidad • Análisis de doble materialidad y sostenibilidad 2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Políticas relacionadas con la biodiversidad y los ecosistemas • Actuaciones y recursos relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas 3. Social • S2 Las personas de la cadena de valor
Estrategia	Referencia
Describir las dependencias, los impactos, los riesgos y las oportunidades relacionados con la naturaleza que la organización ha identificado a corto, medio y largo plazo.	2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Información adicional sobre impactos, riesgos y oportunidades significativos
Describir el efecto que las dependencias, impactos, riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza han tenido en el modelo de negocio, la cadena de valor, la estrategia y la planificación financiera de la organización, así como los planes o análisis de transición existentes	2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Información adicional sobre impactos, riesgos y oportunidades significativos • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos
Describir la resiliencia de la estrategia de la organización para los riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza teniendo en cuenta los diferentes escenarios.	2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos • Plan de transición
Divulgar los sitios donde existan activos o actividades en las operaciones directas de la organización y, si es posible, en la(s) cadena(s) de valor inicial(es) y final(es) que cumplan los criterios para ser sitios prioritarios.	2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos

⁵² TNFD: Taskforce on Nature-related Financial Disclosures.

Gobernanza	Referencia
Gestión de riesgos e impactos	Referencia
Describir los procesos de la organización para identificar, analizar y priorizar las dependencias, impactos, riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza en sus operaciones directas.	2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos • Plan de transición
Describir los procesos de la organización para identificar, analizar y priorizar las dependencias, impactos, riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza en sus cadenas de valor de las operaciones ascendentes y descendentes.	2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Impactos, riesgos y oportunidades significativos relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas • Divulgación sobre áreas sensibles a la biodiversidad y sus impactos • Plan de transición
Describir los procesos utilizados por la organización para gestionar las dependencias, impactos, riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza.	2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Políticas relacionadas con la biodiversidad y los ecosistemas • Actuaciones y recursos relacionados con la biodiversidad y los ecosistemas
Describir cómo se integran los procesos para identificar, analizar, priorizar y supervisar los riesgos relacionados con la naturaleza en la gestión general de riesgos de la organización.	1. Información general 1.3 Gobierno corporativo • Asuntos de sostenibilidad tratados por el Consejo de Administración 2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Plan de transición
Métricas y Objetivos	Referencia
Divulgar las métricas utilizadas por la organización para analizar y gestionar los riesgos y las oportunidades materiales relacionados con la naturaleza según su estrategia y su proceso de gestión de riesgos .	2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Plan de transición • Objetivos y parámetros
Divulgar las métricas utilizadas por la organización para analizar y gestionar las dependencias y los impactos en la naturaleza.	2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Plan de transición • Objetivos y parámetros
Describir los objetivos y las metas utilizados por la organización para gestionar las dependencias, los impactos, los riesgos y las oportunidades relacionados con la naturaleza, así como el rendimiento en relación con ellos.	2. Medioambiente E4 Biodiversidad y ecosistemas • Objetivos y parámetros

Estándares ISO

Certificaciones disponibles en Puig

Certificación	Unidad
ISO 9001:2015 de Gestión de la Calidad	• Torre Puig-T1 (España) • Torre Puig-T2 (España) • Champs-Élysées (Francia) • Washington Plaza (Francia) • Planta de producción de Alcalá de Henares (España) • Planta de producción de Vacarisses (España) • Planta de producción de Chartres (Francia) • Planta de producción de Coimbatore y oficinas de Noida (India)
ISO 14001:2015 de Gestión Medioambiental	• Torre Puig-T1 (España) • Torre Puig-T2 (España) • Champs-Élysées (Francia) • Washington Plaza (Francia) • Planta de producción de Alcalá de Henares (España) • Planta de producción de Vacarisses (España) • Planta de producción de Chartres (Francia) • Planta de producción de Coimbatore y oficinas de Noida (India)
ISO 45001:2018 de Seguridad y Salud en el Trabajo	• Torre Puig-T1 (España) • Torre Puig-T2 (España) • Champs-Élysées (Francia) • Washington Plaza (Francia) • Planta de producción de Alcalá de Henares (España) • Planta de producción de Vacarisses (España) • Planta de producción de Chartres (Francia) • Planta de producción de Coimbatore y oficinas de Noida (India)
ISO 22716:2008 de Buenas Prácticas en la Fabricación de la industria cosmética	• Planta de producción de Alcalá de Henares (España) • Planta de producción de Vacarisses (España) • Planta de producción de Chartres (Francia) • Plantas de producción de Échirolles y Uriage (Francia) • Planta de producción de Markopoulo (Grecia) • Planta de producción de Coimbatore (India)



6

Informe de Verificación

**Informe de Verificación Limitada emitido
por un Verificador sobre el Estado de
Información No Financiera Consolidado e
Información sobre Sostenibilidad
correspondiente al ejercicio anual
finalizado el 31 de diciembre de 2025**

**PUIG BRANDS, S.A.
Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**



**The better the question.
The better the answer.
The better the world works.**



**Shape the future
with confidence**



Ernst & Young, S.L.
Torre Sarrià A
Avda. Sarrià, 102-106
08017 Barcelona
España

Tel: 933 663 700
Fax: 934 053 784
ey.com

INFORME DE VERIFICACIÓN LIMITADA EMITIDO POR UN VERIFICADOR SOBRE EL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO E INFORMACIÓN SOBRE SOSTENIBILIDAD

A los Accionistas de Puig Brands, S.A.:

Conclusión de verificación limitada

De acuerdo con el artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación limitada del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2025 de Puig Brands, S.A. (en adelante, la "Entidad") y sociedades dependientes (en adelante, el "Grupo") que forma parte del informe de gestión consolidado del Grupo.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera, en concreto incluye la Información sobre Sostenibilidad preparada por el Grupo correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2025 (en adelante, la "información sobre sostenibilidad") siguiendo lo establecido en la Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de diciembre de 2022, sobre Información Corporativa en Materia de Sostenibilidad (CSRD, por sus siglas en inglés). Dicha información sobre sostenibilidad también ha sido objeto de verificación limitada.

Basándonos en los procedimientos realizados y en las evidencias que hemos obtenido, no ha llegado a nuestro conocimiento ninguna cuestión que nos lleve a pensar que:

- a) El Estado de Información no Financiera del Grupo correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2025 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios seleccionados de las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (NEIS o ESRS, por sus siglas en inglés), así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018" del citado Estado.
- b) La información sobre sostenibilidad en su conjunto no ha sido preparada, en todos los aspectos significativos, de conformidad con el marco de información sobre sostenibilidad aplicado por el Grupo y que se identifica en la subsección "Bases para la elaboración del Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad" adjunta, incluyendo:
 - Que la descripción proporcionada del proceso para identificar la información sobre sostenibilidad incluida en la subsección "Descripción del proceso para identificar y evaluar los IRO materiales" es coherente con el proceso implantado y que permite identificar la información material a ser revelada según las prescripciones de las NEIS.
 - El cumplimiento de las NEIS.



- El cumplimiento de los requisitos de divulgación, incluidos en la subsección "Taxonomía verde de la UE" de la sección sobre medio ambiente de la información sobre sostenibilidad con lo establecido en el artículo 8 del Reglamento (UE) 2020/852, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2020, relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles.

Fundamento de la conclusión

Hemos realizado nuestro encargo de verificación limitada de conformidad con las normas profesionales de general aceptación aplicables en España y específicamente con las pautas de actuación contenidas en las Guías de Actuación 47 Revisada y 56 Revisada emitidas por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España sobre encargos de verificación de información no financiera y considerando el contenido de la nota publicada por el ICAC en fecha 18 de diciembre de 2024 (en adelante, "normas profesionales de general aceptación").

La extensión de los procedimientos aplicados en un encargo de verificación limitada es menor en comparación con los que se requieren en un encargo de verificación razonable. En consecuencia, el grado de seguridad que se obtiene en un encargo de verificación limitada es menor que el grado de seguridad que se hubiera obtenido si se hubiera realizado un encargo de seguridad razonable.

Nuestras responsabilidades de acuerdo con dicha normativa se describen con más detalle en la sección *Responsabilidades del verificador* de nuestro informe.

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluidas las normas internacionales de independencia) del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (Código de ética del IESBA por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad (NIGC) 1, que requiere que se diseñe, implante y opere un sistema de gestión de la calidad que incluya políticas y procedimientos relativos al cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y requerimientos legales y reglamentarios aplicables.

Consideramos que la evidencia que hemos obtenido es suficiente y adecuada para proporcionar una base sobre la que sustentar nuestra conclusión.

Responsabilidades de los administradores

La formulación del EINF incluido en el informe de gestión consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de Puig Brands, S.A. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de las NEIS seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la tabla "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018" del citado Estado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.



Los administradores de Puig Brands, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

En relación con la información sobre sostenibilidad, los administradores de la entidad son responsables de desarrollar e implantar un proceso para identificar la información que se debe incluir en la información sobre sostenibilidad de conformidad con el contenido de la CSRD, de las NEIS y con lo establecido en el artículo 8 del Reglamento (UE) 2020/852, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2020 y de divulgar información sobre este proceso en la propia información sobre sostenibilidad en la subsección "Descripción del proceso para identificar y evaluar los IRO materiales". Dicha responsabilidad incluye:

- ▶ Conocer el contexto en el que se desarrollan las actividades y relaciones de negocio del Grupo, así como sus grupos de interés, en relación con los impactos que tiene el Grupo sobre las personas y el medio ambiente.
- ▶ Identificar los impactos reales y potenciales (tanto negativos como positivos), así como los riesgos y oportunidades que podrían afectar, o de los que razonablemente se podría esperar que afecten, a la situación financiera, los resultados financieros, los flujos de efectivo, el acceso a la financiación o el coste de capital del Grupo en el corto, medio o largo plazo.
- ▶ Evaluar la materialidad de los impactos, riesgos y oportunidades identificados.
- ▶ Realizar hipótesis y estimaciones que sean razonables en función de las circunstancias.

Los administradores son asimismo responsables de la preparación de la información sobre sostenibilidad, que incluya la información identificada por el proceso, de conformidad con el marco de información sobre sostenibilidad aplicado, incluyendo el cumplimiento de la CSRD, el cumplimiento de las NEIS y el cumplimiento de los requisitos de divulgación, incluidos en la subsección "Taxonomía verde de la UE" de la sección sobre medio ambiente de la información sobre sostenibilidad con el artículo 8 del Reglamento (UE) 2020/852, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2020, relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles.

Esta responsabilidad incluye:

- ▶ Diseñar, implantar y mantener el control interno que los administradores consideren relevante para permitir la preparación de la información sobre sostenibilidad que esté libre de incorrecciones materiales, debidas a fraude o error.
- ▶ Seleccionar y aplicar métodos apropiados para la presentación de información sobre sostenibilidad y la realización de asunciones y estimaciones que sean razonables, considerando las circunstancias, sobre las divulgaciones específicas.



Limitaciones inherentes en la preparación de la información

De acuerdo con las NEIS, los administradores de la entidad están obligados a preparar información prospectiva sobre la base de asunciones e hipótesis, que han de incluirse en la información sobre sostenibilidad, acerca de hechos que pueden ocurrir en el futuro, así como posibles acciones futuras que, en su caso, podría tomar el Grupo. El resultado real puede diferir de forma significativa del estimado, ya que se refiere al futuro y los acontecimientos futuros frecuentemente no ocurren como se esperaba.

Para determinar las revelaciones de la información sobre sostenibilidad, los administradores de la entidad interpretan términos legales y de otro tipo que no se encuentran claramente definidos que pueden ser interpretados de forma diferente por otras personas, incluyendo la conformidad legal de dichas interpretaciones y, en consecuencia, están sujetas a incertidumbre.

Responsabilidades del verificador

Nuestros objetivos son planificar y realizar el encargo de verificación con el fin de obtener una seguridad limitada sobre si el EINF y la información sobre sostenibilidad están libres de incorrección material, ya sea debida a fraude o error, y emitir un informe de verificación limitada que contiene nuestras conclusiones al respecto. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influirán en las decisiones que los usuarios toman basándose en esta información.

Como parte de un encargo de verificación limitada, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante todo el encargo. También:

- ▶ Diseñamos y aplicamos procedimientos para evaluar si el proceso para identificar la información que se incluye tanto en el EINF como en la información sobre sostenibilidad es congruente con la descripción del proceso seguido por el Grupo y permite, en su caso, identificar la información material a ser revelada según las prescripciones de las NEIS.
- ▶ Aplicamos procedimientos sobre el riesgo, incluido obtener un conocimiento de los controles internos relevantes para el encargo con el fin de identificar la información a revelar en la que es más probable que surjan incorrecciones materiales, debido a fraude o error, pero no con la finalidad de proporcionar una conclusión acerca de la eficacia del control interno del Grupo.
- ▶ Diseñamos y aplicamos procedimientos que responden a las divulgaciones contenidas tanto en el EINF como en la información sobre sostenibilidad en las que es probable que surjan incorrecciones materiales. El riesgo de no detectar una incorrección material debida a fraude es más elevado que en el caso de una incorrección material debida a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionalmente erróneas o la elusión del control interno.



Resumen del trabajo realizado

Un encargo de verificación limitada incluye la realización de procedimientos para obtener evidencia que sirva de base para nuestras conclusiones. La naturaleza, momento de realización y extensión de los procedimientos seleccionados depende del juicio profesional, incluida la identificación de la información a revelar en que es probable que surjan incorrecciones materiales, debido a fraude o error, en el EINF y en la información sobre sostenibilidad.

Nuestro trabajo ha consistido en indagaciones ante la dirección, así como a las diversas unidades y componentes del Grupo que han participado en la elaboración del EINF e información sobre sostenibilidad, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF e información sobre sostenibilidad y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo, que se describen a continuación:

En relación con el proceso de verificación del EINF:

- ▶ Reuniones con el personal del Grupo para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- ▶ Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2025 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en la sección 1.5 "Análisis de materialidad", considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- ▶ Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2025.
- ▶ Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación con los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2025.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2025 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.

En relación con el proceso de verificación de la información sobre sostenibilidad:

- ▶ Realización de indagaciones ante el personal del Grupo:
 - Para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con estas cuestiones y obtener información necesaria para la revisión externa.
 - Con el fin de conocer el origen de la información utilizada por la dirección (por ejemplo, la interacción con los grupos de interés, los planes de negocio y los documentos de estrategia); y la revisión de la documentación interna del Grupo sobre su proceso.
- ▶ Obtención, a través de indagaciones ante el personal del Grupo, del conocimiento de los procesos de la entidad de recopilación, validación y presentación de información relevantes para la elaboración de su información sobre sostenibilidad.



- ▶ Evaluación de la concordancia de la evidencia obtenida de nuestros procedimientos sobre el proceso implantado por el Grupo para la determinación de la información que debe incluirse en la información sobre sostenibilidad con la descripción del proceso incluida en dicha información, así como evaluación de si el citado proceso implantado por el Grupo permite identificar la información material a ser revelada según las prescripciones de las NEIS.
- ▶ Evaluación de si toda la información identificada en el proceso implantado por el Grupo para la determinación de la información que debe incluirse en la información sobre sostenibilidad está efectivamente incluida.
- ▶ Evaluación de la concordancia de la estructura y la presentación de la información sobre sostenibilidad con lo dispuesto en las NEIS y el resto del marco normativo de información sobre sostenibilidad aplicado por el Grupo.
- ▶ Realización de indagaciones al personal pertinente y procedimientos analíticos sobre información divulgada en la información sobre sostenibilidad considerando aquella en la que es probable que surjan incorrecciones materiales, debido a fraude o error.
- ▶ Realización, en su caso, de procedimientos sustantivos por muestreo sobre información divulgada en la información sobre sostenibilidad seleccionada considerando aquella en la que es probable que surjan incorrecciones materiales, debido a fraude o error.
- ▶ Obtención, en su caso, de los informes emitidos por terceros independientes acreditados anexos al informe de gestión consolidado en respuesta a exigencias de la normativa europea y, en relación con la información a la que se refieren y de acuerdo con las normas profesionales de general aceptación, comprobación, exclusivamente, de la acreditación del verificador y de que el alcance del informe emitido se corresponde con el exigido por la normativa europea.
- ▶ Obtención, en su caso, de los documentos que contengan la información incorporada por referencia, los informes emitidos por auditores o verificadores sobre dichos documentos y, de acuerdo con normas profesionales de general aceptación, comprobación, exclusivamente, de que, en el documento al que se refiere la información incorporada por referencia, se cumplen las condiciones descritas en las NEIS para poder incorporar información por referencia en la información sobre sostenibilidad.
- ▶ Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección en relación con el EINF y la información sobre sostenibilidad.

Otra información

Las personas encargadas del gobierno de la entidad son responsables de la otra información. La otra información comprende las cuentas anuales consolidadas y resto de la información incluida en el informe de gestión consolidado, pero no incluye ni el informe de auditoría de las cuentas anuales consolidadas ni los informes de verificación emitidos por terceros independientes acreditados exigidos por el derecho de la Unión Europea sobre divulgaciones concretas contenidas en la información sobre sostenibilidad y que figuran como anexo del informe de gestión consolidado.

Nuestro informe de verificación no cubre la otra información y no expresamos ningún tipo de conclusión de verificación sobre ésta.



En relación con nuestro encargo de verificación de la información sobre sostenibilidad, nuestra responsabilidad consiste en leer la otra información identificada anteriormente y, de este modo, considerar si la otra información presenta incongruencias materiales con la información sobre sostenibilidad o con el conocimiento que hemos adquirido durante el encargo de verificación que pudieran ser indicativas de la existencia de incorrecciones materiales en la información sobre sostenibilidad.

Col·legi
de Censors Jurats
de Comptes
de Catalunya

ERNST & YOUNG, S.L.

2026
Núm. 20/26/00154
IMPORT COC. LEGAL: 30.00 EUR

Segell distintiu d'altres actuacions

ERNST & YOUNG, S.L.

Eloy González Fauró

17 de febrero de 2026

En L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) el 16 de febrero de 2026

D. Marc Puig Guasch

Presidente y Consejero Delegado

D. Manuel Puig Rocha

Vice Presidente

D. Rafael Cerezo Laporta

Consejero

D. Patrick Raji Chalhoub

Consejero

D. Jordi Constans Fernández

(identificado en su pasaporte como Jorge Valentín Constans Fernández)

Consejero

Dña. Ángeles García-Poveda Morera

Consejera

D. Daniel Lalonde

Consejero

Dña. Christine Ann Mei

Consejera

D. Nicolas Mirzayantz

Consejero Coordinador

D. Josep Oliu Creus

Consejero

D. Yiannis Petrides

(identificado en su pasaporte como Ioannis Petrides)

Consejero

Dña. María Dolores Dancausa Treviño

Consejera

Dña. Tina Müller

Consejera