



PUIG

INFORMES 2023 PUIG BRANDS

1. Informe de auditoría de cuentas anuales consolidadas
2. Cuentas anuales consolidadas
3. Informe de gestión
4. Estado de información no financiera
5. Informe de auditoría de cuentas anuales individuales
6. Cuentas anuales individuales

**Informe de Auditoría de Cuentas Anuales Consolidadas
emitido por un Auditor Independiente**

PUIG BRANDS, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES
Cuentas Anuales Consolidadas e Informe de Gestión Consolidado
correspondientes al ejercicio anual terminado
el 31 de diciembre de 2023

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

A los accionistas de PUIG BRANDS, S.A.:

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales consolidadas de PUIG BRANDS, S.A. (la Sociedad dominante) y Sociedades Dependientes (el Grupo), que comprenden el balance de situación a 31 de diciembre de 2023, la cuenta de resultados, el estado del resultado global, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria, todos ellos consolidados, correspondiente al ejercicio anual terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales consolidadas adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera del Grupo a 31 de diciembre de 2023, así como de sus resultados y flujos de efectivo, todos ellos consolidados, correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera, adoptadas por la Unión Europea (NIIF-UE), y demás disposiciones del marco normativo de información financiera que resultan de aplicación en España.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales* consolidadas de nuestro informe.

Somos independientes del Grupo de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales consolidadas en España según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoría de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoría de las cuentas anuales consolidadas del periodo actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales consolidadas en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre éstas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

Reconocimiento de ingresos

Descripción Tal y como se ha descrito en la nota 3.13 de la memoria consolidada adjunta, el Grupo reconoce los ingresos a partir de las ventas realizadas netas de impuestos, devoluciones, descuentos y bonificaciones devengadas. Asimismo, los ingresos se reconocen en el momento de la transmisión a los clientes de los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad de los productos vendidos. En el ámbito de actividad comercial del Grupo, es habitual establecer acuerdos de colaboración comercial con los clientes.

En este sentido, las condiciones contractuales que se derivan de los acuerdos de colaboración comercial suscritos con los clientes dan lugar a ajustes en las ventas asociadas a estos acuerdos, generando complejidad en la estimación.

Los aspectos mencionados anteriormente nos han llevado a considerar esta área como relevante para nuestra auditoría.

Nuestra respuesta

En este sentido, nuestros procedimientos de auditoría han incluido, entre otros:

- ▶ El entendimiento de las políticas y procedimientos de reconocimiento de ingresos, así como su aplicación, incluyendo un análisis de la efectividad de los controles relevantes de los procesos de reconocimiento de ingresos del Grupo.
- ▶ La realización de procedimientos analíticos sustantivos consistentes en una revisión de la evolución de las ventas brutas y de los descuentos, devoluciones y bonificaciones, así como de los márgenes reales, comparando los mismos con los datos presupuestados.
- ▶ El análisis y discusión con la Dirección de acuerdos comerciales significativos en los que se incluyen condiciones relativas a descuentos, devoluciones y bonificaciones, así como las hipótesis utilizadas en las estimaciones valorativas realizadas.
- ▶ La revisión de las estimaciones realizadas que son más relevantes en relación a dichos acuerdos comerciales a cierre del ejercicio mediante las confirmaciones declinantes así como mediante procedimientos alternativos.
- ▶ La realización de procedimientos de corte de operaciones para una muestra de ingresos a cierre del ejercicio de cara a concluir si las mismas se reconocieron contablemente en base a su correspondiente corriente real de bienes.
- ▶ El análisis de otros ajustes y abonos emitidos con posterioridad al cierre del ejercicio.
- ▶ La realización de procedimientos específicos de análisis de asientos contables del libro diario relacionados con ingresos del Grupo. Estos procedimientos son realizados prestando especial atención a asientos registrados en el cierre del ejercicio y con carácter inusual, ya sea entre otros aspectos, por su tipología, importe, fecha de realización, usuario responsable, concepto o contrapartida contable.

Valoración de activos intangibles y pasivos surgidos de combinaciones de negocio

Descripción El Grupo cuenta con un importe significativo de activos intangibles y pasivos surgidos de combinaciones de negocio. En concreto, al 31 de diciembre de 2023 el Grupo cuenta con marcas y fondos de comercio por importe de 3.918.727 miles de euros (Nota 15) y unos pasivos surgidos de combinaciones de negocio por importe de 2.177.665 miles de euros a largo plazo (Nota 25) y 207.006 miles de euros a corto plazo (Nota 27).

La Dirección del Grupo realiza, al menos con carácter anual, un análisis del importe recuperable de cada marca o Unidad Generadora de Efectivo (UGE) significativa. Este análisis tiene como objetivo concluir sobre la necesidad o no de registrar un deterioro de valor contable de dichos activos intangibles.

A efectos de la realización de este análisis, la Dirección del Grupo lleva a cabo la confección de modelos de cálculo con el fin de establecer el posible deterioro de los mencionados activos. Para ello utiliza la metodología basada en el descuento de flujos de efectivo a una tasa libre de riesgo. La composición del saldo, los movimientos, así como el análisis de recuperabilidad realizado sobre las marcas y fondos de comercio, se encuentran recogidos en la nota 15 de la memoria consolidada adjunta.

La Dirección del Grupo, a su vez, actualiza el valor razonable de los pasivos surgidos de combinaciones de negocio basándose en las proyecciones financieras de los negocios adquiridos.

Hemos considerado estas áreas como un aspecto de auditoría relevante debido a que los análisis efectuados por la Dirección del Grupo están sujetas a complejas estimaciones y proyecciones derivadas de resultados futuros de los negocios adquiridos.

Nuestra respuesta

En relación con esta área, nuestros procedimientos de auditoría han incluido, entre otros:

- ▶ La revisión, en colaboración con nuestros especialistas de valoraciones, de la razonabilidad de la metodología empleada por la Dirección en la elaboración de los flujos de caja descontados de cada marca o unidad generadora de efectivo, cubriendo, en particular, la tasa de descuento utilizada y la tasa de crecimiento a largo plazo.
- ▶ La revisión de la información financiera proyectada en el plan de negocio de cada marca a través del análisis de:
 - la información financiera histórica y proyectada,
 - las condiciones actuales del mercado y nuestras expectativas sobre su potencial evolución y
 - la información pública suministrada por otras compañías del sector.
- ▶ La revisión de la integridad y valoración de los pasivos derivados de combinaciones de negocios en de acuerdo con la información financiera proyectada.

- La revisión de los desgloses incluidos en la memoria consolidada del ejercicio en relación con la valoración de los pasivos registrados y el análisis de recuperabilidad realizado sobre las marcas o unidades generadora de efectivo de acuerdo con los requisitos establecidos por la NIIF 9, 10 y NIC 36.

Otras cuestiones

De acuerdo con la legislación mercantil, los administradores de la Sociedad dominante presentan, a efectos comparativos, además de la información del ejercicio 2023, la correspondiente al ejercicio anterior. En este sentido, en la Nota 2 de la memoria consolidada adjunta, se indica que, como consecuencia de la reorganización del grupo, los saldos comparativos correspondientes al ejercicio 2022 son en esencia los formulados en las cuentas anuales consolidadas de Puig, S.L. y Sociedades dependientes del ejercicio 2022. Con fecha 23 de marzo de 2023 emitimos nuestro informe de auditoría acerca de las cuentas anuales consolidadas de Puig, S.L. y Sociedades dependientes correspondientes al ejercicio 2022.

Otra información: Informe de gestión consolidado

La otra información comprende exclusivamente el informe de gestión consolidado del ejercicio 2023, cuya formulación es responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante y no forma parte integrante de las cuentas anuales consolidadas.

Nuestra opinión de auditoría sobre las cuentas anuales consolidadas no cubre el informe de gestión consolidado. Nuestra responsabilidad sobre el informe de gestión consolidado, de conformidad con lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas, consiste en:

- Comprobar únicamente que el estado de información no financiera consolidado se ha facilitado en la forma prevista en la normativa aplicable y, en caso contrario, informar sobre ello.
- Evaluar e informar sobre la concordancia del resto de la información incluida en el informe de gestión consolidado con las cuentas anuales consolidadas, a partir del conocimiento de la entidad obtenido en la realización de la auditoría de las citadas cuentas, así como evaluar e informar de si el contenido y presentación de esta parte del informe de gestión consolidado son conformes a la normativa que resulta de aplicación. Si, basándonos en el trabajo que hemos realizado, concluimos que existen incorrecciones materiales, estamos obligados a informar de ello.

Sobre la base del trabajo realizado, según lo descrito anteriormente, hemos comprobado que la información mencionada en el apartado a) anterior se facilita en la forma prevista en la normativa aplicable y que el resto de la información que contiene el informe de gestión consolidado concuerda con la de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2023 y su contenido y presentación son conformes a la normativa que resulta de aplicación.

Responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante con las cuentas anuales consolidadas

Los administradores de la Sociedad dominante son responsables de formular las cuentas anuales consolidadas adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados consolidados del Grupo, de conformidad las NIIF-EU y demás disposiciones del marco normativo de información financiera aplicable al Grupo en España, y del control interno que consideren necesario para permitir la preparación de cuentas anuales consolidadas libres de incorrección material, debida a fraude o error.

**EY****Building a better
working world**

En la preparación de las cuentas anuales consolidadas, los administradores de la Sociedad dominante son responsables de la valoración de la capacidad del Grupo para continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con la empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento excepto si los administradores tienen intención de liquidar el Grupo o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales consolidadas

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales consolidadas en su conjunto están libres de incorrección material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión.

Seguridad razonable es un alto grado de seguridad pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en las cuentas anuales consolidadas.

Como parte de una auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- ▶ Identificamos y valoramos los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales consolidadas, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. 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 intencionadamente erróneas, o la elusión del control interno.
- ▶ Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno del Grupo.
- ▶ Evaluamos si las políticas contables aplicadas son adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por los administradores de la Sociedad dominante.
- ▶ Concluimos sobre si es adecuada la utilización, por los administradores de la Sociedad dominante, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad del Grupo para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en las cuentas anuales consolidadas o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, los hechos o condiciones futuros pueden ser la causa de que el Grupo deje de ser una empresa en funcionamiento.

- ▶ Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de las cuentas anuales consolidadas, incluida la información revelada, y si las cuentas anuales consolidadas representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.
- ▶ Obtenemos evidencia suficiente y adecuada en relación con la información financiera de las entidades o actividades empresariales dentro del grupo para expresar una opinión sobre las cuentas anuales consolidadas. Somos responsables de la dirección, supervisión y realización de la auditoría del grupo. Somos los únicos responsables de nuestra opinión de auditoría.

Nos comunicamos con los administradores de la Sociedad dominante en relación con, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

Entre los riesgos significativos que han sido objeto de comunicación a los administradores de la Sociedad dominante, determinamos los que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de las cuentas anuales consolidadas del periodo actual y que son, en consecuencia, los riesgos considerados más significativos.

Describimos esos riesgos en nuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente la cuestión.

**Col·legi
de Censors Jurats
de Comptes
de Catalunya**

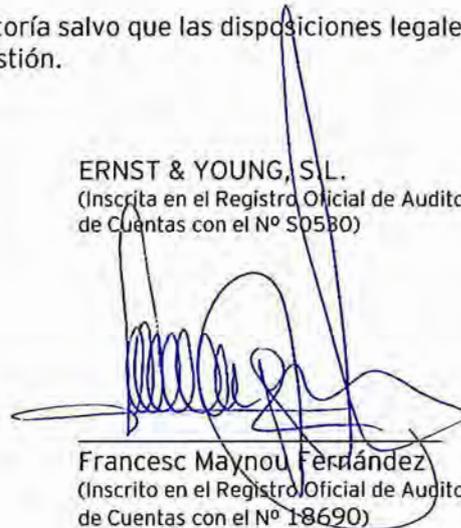
ERNST & YOUNG, S.L.

2024 Núm. 20/24/05064

IMPORT COL·LEGIAL: 96,00 EUR
Informe d'auditoria de comptes subjecte
a la normativa d'auditoria de comptes
espanyola o internacional

5 de abril de 2024

ERNST & YOUNG, S.L.
(Inscrita en el Registro Oficial de Auditores
de Cuentas con el N° S0530)



Francesc Maynou Ferrández
(Inscrito en el Registro Oficial de Auditores
de Cuentas con el N° 18690)



**PUIG BRANDS, S.A.
Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**

CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS E INFORME DE
GESTIÓN CONSOLIDADO DEL EJERCICIO TERMINADO EL

31 DE DICIEMBRE DE 2023

CONTENIDOS

01.

CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

Balance de situación consolidado	<u>5</u>
Cuenta de resultados consolidada	<u>6</u>
Estado del resultado global consolidado	<u>7</u>
Estado de cambios en el patrimonio neto consolidado	<u>8</u>
Estado de flujos de efectivo consolidado	<u>9</u>
Memoria consolidada	<u>10</u>

02.

INFORME DE GESTIÓN CONSOLIDADO 94

01.

CUENTAS ANUALES
CONSOLIDADAS

Balance de situación consolidado	<u>5</u>
Cuenta de resultados consolidada	<u>6</u>
Estado del resultado global consolidado	<u>7</u>
Estado de cambios en el patrimonio neto consolidado	<u>8</u>
Estado de flujos de efectivo consolidado	<u>9</u>
Memoria consolidada	<u>10</u>

BALANCE DE SITUACIÓN CONSOLIDADO

A 31 de diciembre de 2023 y 31 de diciembre de 2022

(Miles de euros)	Notas	2023	2022
ACTIVO			
Inmovilizado material	14	326.341	271.094
Activo intangible	15	4.114.267	4.062.277
Activos derecho de uso	16	287.922	239.873
Participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos	17	375.212	344.824
Inversiones financieras a largo plazo	18	16.359	14.154
Otros activos no corrientes	18	131.444	102.615
Activos por impuestos diferidos	13	146.562	123.897
Total activo no corriente		5.398.107	5.158.734
Existencias	19	788.866	626.333
Clientes y deudores	18	484.705	387.936
Otros activos corrientes	20	186.709	232.059
Tesorería y equivalentes	21	852.901	710.050
Total activo corriente		2.313.181	1.956.378
TOTAL ACTIVO		7.711.288	7.115.112
PASIVO			
Capital social	22	144.000	114.700
Reservas y ganancias acumuladas		1.087.933	877.796
Acciones propias		(105.907)	—
Dividendo a cuenta		(80.000)	—
Reservas por valoración de activos y pasivos no realizados		10.935	30.255
Diferencias de conversión		(107.055)	(77.902)
Patrimonio neto de la Sociedad dominante		949.906	944.849
Accionistas minoritarios	22	9.303	6.748
Total patrimonio neto		959.209	951.597
Deudas con entidades de crédito	23	1.788.846	1.662.311
Pasivos por impuestos diferidos	13	553.741	552.629
Provisiones y otros pasivos	25	2.759.606	2.753.941
Total pasivo no corriente		5.102.193	4.968.881
Deudas con entidades de crédito	23	358.371	177.001
Proveedores y acreedores		212.072	238.887
Otras cuentas a pagar a corto plazo	27	1.024.124	749.650
Impuesto sobre sociedades a pagar	13	55.319	29.096
Total pasivo corriente		1.649.886	1.194.634
TOTAL PASIVO		7.711.288	7.115.112

Las notas 1 a 32 de la Memoria consolidada adjunta forman parte integrante del Balance de situación consolidado al 31 de diciembre de 2023 y 2022.

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

Para los ejercicios cerrados el 31 de diciembre de 2023 y el 31 de diciembre de 2022

(Miles de euros)	Notas	2023	2022
Ingresos netos	5 - 6 - 7	4.304.067	3.619.603
Coste de ventas	8	(1.088.904)	(926.969)
Margen bruto de explotación		3.215.163	2.692.634
Gastos de distribución		(217.685)	(221.663)
Gastos de publicidad y promoción		(1.338.144)	(1.099.676)
Gastos de ventas, generales y administración		(966.364)	(834.800)
Resultado operativo		692.970	536.495
Otros ingresos y gastos operacionales	9	(13.764)	(43.528)
Resultado operacional		679.206	492.967
Resultado financiero	12	(87.403)	(34.864)
Beneficio / (Pérdida) en empresas asociadas y negocios conjuntos y deterioros de activos financieros	17	51.347	55.621
Beneficio antes de impuestos		643.150	513.724
Impuesto sobre sociedades	13	(143.262)	(101.201)
Resultado del ejercicio		499.888	412.523
Resultado atribuible a accionistas minoritarios (beneficio) / pérdida		(34.679)	(13.033)
Resultado atribuido a la Sociedad dominante		465.209	399.490

Las notas 1 a 32 de la Memoria consolidada adjunta forman parte integrante de la Cuenta de resultados consolidada al 31 de diciembre de 2023 y 2022.

ESTADO DEL RESULTADO GLOBAL CONSOLIDADO

Para los ejercicios cerrados el 31 de diciembre de 2023 y el 31 de diciembre de 2022

(Miles de euros)	Notas	2023	2022
Resultado de la cuenta de resultados consolidada del periodo		499.888	412.523
Pérdidas y ganancias netas procedentes de coberturas de flujos de efectivo		(23.541)	50.644
Efecto impositivo		6.618	(11.931)
Diferencias de conversión		(28.491)	4.355
Resultados globales a reclasificar a la cuenta de resultados consolidada en ejercicios posteriores		(45.414)	43.068
Activos financieros a valor razonable con cambios en patrimonio neto		(2.397)	-
Efecto impositivo		-	-
Resultados globales registrados en patrimonio neto		(2.397)	-
Total resultado global consolidado del periodo		452.077	455.591
Atribuido a:			
La Sociedad dominante		417.610	442.558
Accionistas minoritarios		34.467	13.033

Las notas 1 a 32 de la Memoria consolidada adjunta forman parte integrante del Estado del resultado global consolidado al 31 de diciembre de 2023 y 2022.

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO

Para los ejercicios cerrados el 31 de diciembre de 2023 y el 31 de diciembre de 2022

(Miles de euros)	Atribuible a la Sociedad dominante (Nota 22)							Total
	Capital social	Reservas	Dividendo a cuenta	Acciones propias	Reservas por valoración de activos y pasivos no realizados	Diferencias de conversión	Accionistas minoritarios (Nota 22)	
Saldo al 31 de diciembre de 2021	4.203	1.127.890	—	—	(8.458)	(83.220)	8.068	1.048.483
Total resultado global consolidado del periodo	—	399.490	—	—	38.713	4.355	13.033	455.591
Operaciones con accionistas								
Ampliación de capital	110.497	(110.497)	—	—	—	—	—	—
Distribución de dividendos	—	(110.000)	—	—	—	—	(22.005)	(132.005)
Adquisición de minoritarios	—	(7.989)	—	—	—	—	(2.292)	(10.281)
Combinaciones de negocios	—	—	—	—	—	—	428.915	428.915
Otras variaciones de patrimonio								
Opciones "put y call"	—	(410.085)	—	—	—	—	—	(410.085)
Reclasificación de accionistas minoritarios	—	(9.944)	—	—	—	—	9.944	—
Otras variaciones	—	(1.069)	—	—	—	963	(428.915)	(429.021)
Saldo al 31 de diciembre de 2022	114.700	877.796	—	—	30.255	(77.902)	6.748	951.597
Total resultado global consolidado del periodo	—	465.209	—	—	(19.320)	(28.279)	34.467	452.077
Operaciones con accionistas								
Ampliación de capital	29.300	(29.300)	—	—	—	—	—	—
Aportaciones de accionistas	—	80.601	—	—	—	—	—	80.601
Distribución de dividendos	—	(80.000)	(80.000)	—	—	—	(21.323)	(181.323)
Acciones propias	—	(238.868)	—	(105.907)	—	—	—	(344.775)
Adquisición de minoritarios	—	(4.840)	—	—	—	—	(198)	(5.038)
Otras variaciones de patrimonio								
Opciones "put y call"	—	1.542	—	—	—	—	—	1.542
Reclasificación de accionistas minoritarios	—	11.265	—	—	—	(874)	(10.391)	—
Otras variaciones	—	4.528	—	—	—	—	—	4.528
Saldo al 31 de diciembre de 2023	144.000	1.087.933	(80.000)	(105.907)	10.935	(107.055)	9.303	959.209

Las notas 1 a 32 de la Memoria consolidada adjunta forman parte integrante del Estado de cambios en el patrimonio neto consolidado al 31 de diciembre de 2023 y 2022.

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO

Para los ejercicios cerrados el 31 de diciembre de 2023 y el 31 de diciembre de 2022

(Miles de euros)	Notas	2023	2022
Flujos de efectivo de actividades de explotación			
Resultado atribuido a la Sociedad dominante		465.209	399.490
Resultado atribuido a accionistas minoritarios		34.679	13.033
Ajustes al resultado por:			
Amortizaciones y deterioros	11	169.704	144.953
Impuestos diferidos	13	(19.370)	(32.774)
Otros ingresos y gastos financieros		5.098	3.024
Gastos financieros	12	54.364	17.340
Otros ajustes al resultado		26.223	29.968
Resultado procedente de venta de activos		(457)	69
Otros activos y pasivos no corrientes		66.787	58.676
Beneficio / (Pérdida) en empresas asociadas y negocios conjuntos y deterioros de activos financieros	17	(51.347)	(55.621)
Flujo de efectivo bruto procedente de actividades operativas		750.890	578.158
Cambios en el capital circulante (neto de cambios en el perímetro y partidas no sujetas a flujo de tesorería)		(194.416)	(158.424)
Flujo de efectivo neto procedente de actividades operativas (I)		556.474	419.734
Flujo de efectivo procedente de actividades de inversión			
Adquisición de inmovilizado material y activo intangible	14 - 15	(177.919)	(151.587)
Venta de inmovilizado material y activo intangible		1.391	538
Dividendos recibidos	17	25.464	19.934
Cambios en otros activos financieros (incluyendo inversiones financieras)	18	(4.602)	(9.454)
Combinaciones de negocios (neto de caja)	4	—	(840.189)
Adquisición de accionistas minoritarios		(51.900)	(42.208)
Devolución de préstamos con partes relacionadas		(79.082)	(24.597)
Flujo de efectivo neto procedente de actividades de inversión (II)		(286.648)	(1.047.563)
Flujos de efectivo de actividades de financiación			
Adquisición de acciones propias	22	(108.392)	—
Dividendos pagados	22	(181.323)	(132.005)
Emisión de préstamos bancarios	23	429.780	993.102
Devolución de préstamos bancarios	23	(175.307)	(164.421)
Devolución de deudas por arrendamientos	16	(62.767)	(52.140)
Flujo de efectivo neto procedente de actividades de financiación (III)		(98.009)	644.536
Efecto de la variación por los tipos de cambio en tesorería (IV)		(28.966)	684
Incremento neto / (disminución) en tesorería y equivalentes (I + II + III + IV)		142.851	17.391
Total tesorería y equivalentes al inicio del periodo		710.050	692.659
Total tesorería y equivalentes al final del periodo		852.901	710.050

Las notas 1 a 32 de la Memoria consolidada adjunta forman parte integrante del Estado de flujos de efectivo consolidado al 31 de diciembre de 2023 y 2022.

MEMORIA CONSOLIDADA

Para el ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2023

1. Información corporativa	<u>11</u>
2. Bases de presentación	<u>13</u>
3. Normas de valoración	<u>18</u>
4. Combinaciones de negocios	<u>30</u>
5. Información segmentada	<u>34</u>
6. Información geográfica	<u>36</u>
7. Ingresos netos	<u>37</u>
8. Coste de ventas	<u>37</u>
9. Otros ingresos y gastos operacionales	<u>38</u>
10. Gastos de explotación	<u>38</u>
11. Amortización y deterioro	<u>40</u>
12. Resultado financiero	<u>41</u>
13. Impuestos	<u>42</u>
14. Inmovilizado Material	<u>45</u>
15. Activo Intangible	<u>47</u>
16. Arrendamientos	<u>51</u>
17. Participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos	<u>53</u>
18. Activos financieros	<u>56</u>
19. Existencias	<u>58</u>
20. Otros activos corrientes	<u>58</u>
21. Tesorería y equivalentes	<u>59</u>
22. Patrimonio neto	<u>59</u>
23. Deudas con entidades de crédito	<u>64</u>
24. Instrumentos financieros de cobertura	<u>66</u>
25. Provisiones, contingencias y otros pasivos	<u>69</u>
26. Avaluos y otros compromisos	<u>75</u>
27. Otras cuentas a pagar	<u>75</u>
28. Objetivos y políticas de gestión del riesgo	<u>77</u>
29. Otra información	<u>83</u>
30. Información sobre medio ambiente	<u>85</u>
31. Partes relacionadas	<u>86</u>
32. Hechos posteriores	<u>87</u>
Anexo I	<u>88</u>
Anexo II	<u>92</u>

1. INFORMACIÓN CORPORATIVA

1.1 Preparación de las cuentas anuales consolidadas de Puig Brands

Puig Brands, S.A. (“Sociedad Matriz”, la “Sociedad”, “Puig Brands” o “la Compañía”), anteriormente Jorba B.V., fue constituida el 25 de febrero de 1983. El 20 de noviembre de 2015 cambió su denominación social a Jorba Perfumes, S.L. Sociedad Unipersonal. La Sociedad cambió su domicilio social el 18 de diciembre de 2015, y actualmente está ubicada en Plaza Europa 46-48 en L’Hospitalet de Llobregat, Barcelona, España. El 8 de noviembre de 2022, Puig, S.L., accionista único de Puig Brands (“Accionista Único” o Puig, S.L.), aprobó la transformación de la Sociedad en sociedad anónima, y, el 20 de marzo de 2023, decidió cambiar la denominación social a Puig Brands S.A. Sociedad Unipersonal.

Las cuentas anuales consolidadas y el informe de gestión consolidado de Puig Brands y sociedades dependientes (en adelante “Puig” o “el Grupo”) correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023 han sido formuladas por el Consejo de Administración de Puig Brands el 19 de marzo de 2024 en Barcelona.

Hasta el 31 de diciembre de 2022 la sociedad matriz del Grupo a efectos contables era Puig S.L., cuyas cuentas anuales consolidadas para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2022 fueron auditadas a dicho nivel por Ernst & Young, S.L. El 30 de junio de 2022, Puig, S.L. aportó sus negocios a Puig Brands, S.A. (ver mayor explicación sobre la aportación en nota 1.2 y 2.1). El año 2023 es el primer ejercicio anual completo desde la aportación, siendo la Sociedad Puig Brands la cabecera del Grupo, formulándose por primera vez cuentas anuales consolidadas para el ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023.

1.2 Reorganización interna

Aportación de Puig, S.L. a Puig Brands, S.A.

Con fecha 30 de junio de 2022, Puig, S.L. transfirió a Puig Brands la práctica totalidad de su actividad empresarial, en virtud de una ampliación de capital de la Sociedad realizada mediante una aportación no dineraria (la “Aportación”), por importe de 2.321.369 miles de euros (110.497 miles de euros de capital social y 2.210.872 miles de euros de prima de emisión). Dicho aumento de capital se ejecutó mediante escritura otorgada ante notario e inscrita posteriormente en el Registro Mercantil de Barcelona el 6 de julio de 2022.

Las actividades comerciales transferidas en la Aportación incluyeron:

- Inversiones en empresas del grupo y asociadas (incluidos activos y pasivos, así como el personal requerido para realizar dichas funciones).
- Actividades de financiación centralizadas (incluidos activos y pasivos, así como el personal requerido para realizar dichas funciones).

Como se indica en la Nota 2, la Sociedad ha formulado las cuentas anuales consolidadas bajo las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea (NIIF-UE), y para efectos de presentación, como se indica en la Nota 2, se ha considerado que el Grupo es el resultado de una reorganización del grupo preexistente Puig, S.L. (“Grupo preexistente”) en el cual la Aportación no ha resultado en un cambio de accionista, y por lo tanto, estas cuentas anuales consolidadas son, en esencia, una continuación de las operaciones del mencionado Grupo preexistente.

Por tanto, a efectos de las cuentas anuales consolidadas de Puig Brands, las transacciones dentro del alcance de la Aportación se han registrado a 31 de diciembre de 2021 y para el ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2022, en base a los valores de dichas transacciones en las cuentas anuales consolidadas de Puig, S.L. (ya que la Aportación tuvo lugar el 30 de junio de 2022).

1.3 Historia

Puig es un actor global en la industria de la belleza premium, hogar de marcas icónicas en las categorías comerciales de fragancias y moda, maquillaje y cuidado de la piel.

Desde 1914, la familia Puig dirige el negocio familiar. La familia Puig es la columna vertebral de los valores de la Compañía, transmitidos durante las últimas tres generaciones. Su espíritu emprendedor, creatividad y pasión por la innovación han convertido a Puig en un referente en el campo de la belleza y la moda. Presentes en las categorías comerciales de fragancias y moda, maquillaje y cuidado de la piel, sus marcas se ven reforzadas por un poderoso ecosistema de fundadores y generan compromiso a través de “storytelling” que conecta con las emociones de las personas.

Puig honra los valores y principios establecidos por tres generaciones de liderazgo familiar. Hoy continúa construyendo sobre ese legado, a través de compromisos conscientes en la agenda ESG (Medioambiental, Social y de Gobernanza), alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Puig opera en tres segmentos: Fragancias y Moda, Maquillaje y Cuidado de la Piel a través de marcas propias y licencias. Puig se basa en un sistema único de marcas, lideradas por personalidades únicas, con las que establece relaciones duraderas y productivas, a través de valores compartidos y una misma visión de construcción de marca. La mayor parte del negocio de Puig se basa en marcas propias, destacando Carolina Herrera, Jean Paul Gaultier, Rabanne, Charlotte Tilbury, Nina Ricci, Dries Van Noten, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Kama Ayurveda, Loto del Sur, Byredo, Apivita y Uriage. Adicionalmente, Puig comercializa marcas licenciadas, destacando Christian Louboutin, Adolfo Domínguez y Banderas.

Puig posee participaciones minoritarias en otras entidades, siendo las más relevantes Isdin, S.A., Ponteland Distribuição, S.A. (Granado) y Sociedad Textil Lonía, S.A.

Como hogar de marcas deseadas, y para garantizar que la identidad de cada marca se refleje en todas las etapas, Puig está presente en cada etapa de la cadena de valor, apoyándose, cuando es necesario, en el conocimiento e infraestructuras de proveedores, distribuidores y retailers de referencia.

La ambición y determinación de la Compañía han apuntalado su expansión internacional desde 1962, cuando fundó su primera filial fuera de España, y le han ayudado a extender su actividad por todos los continentes. Esta amplia presencia global se gestiona desde la sede de Barcelona. Puig cuenta con plantas de producción en Europa (6) e India (1), con sedes de marca y filiales en 32 países.

2. BASES DE PRESENTACIÓN

2.1 Bases de presentación

Las cuentas anuales consolidadas han sido preparadas de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (en adelante, NIIF), adoptadas por la Unión Europea (NIIF-UE).

Las cuentas anuales consolidadas se presentan, salvo mención expresa, en miles de euros.

Puig Brands nunca antes había formulado cuentas anuales consolidadas. Hasta el ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2022, las cuentas anuales consolidadas fueron aprobadas y auditadas a nivel de Puig, S.L., Accionista Único de la Sociedad. En consecuencia, Puig Brands, S.A. quedó exenta de preparar cuentas anuales consolidadas, ya que las cuentas anuales consolidadas del grupo superior se prepararon de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (en adelante, NIIF), adoptadas por la Unión Europea (NIIF UE).

Las presentes cuentas anuales consolidadas han sido formuladas bajo el principio de empresa en funcionamiento, en ausencia de dudas sobre la capacidad de la Compañía para continuar con sus operaciones.

Tal y como se indica en la Nota 1, Puig Brands pasó a ser la cabecera del Grupo, tras ejecutarse la Aportación a 30 de junio de 2022, sin cambio de sustancia económica ni alteración real de la composición patrimonial del Grupo.

En este sentido, el Accionista Único consideró que Puig Brands es resultado de una reorganización del Grupo preexistente, en el que la Aportación no produjo un cambio de control, por lo que estas cuentas anuales consolidadas son, en esencia, una continuación de las operaciones del Grupo preexistente. En consecuencia, y de conformidad con el apartado 10 de la NIC 8 sobre la definición de una política contable para operaciones no reguladas por las NIIF-UE, el Accionista Único consideró a efectos de las cuentas anuales consolidadas del Grupo, que si bien la aportación tuvo lugar el 30 de junio de 2022, las operaciones realizadas por los negocios aportados a Puig Brands se contabilizaron a 31 de diciembre de 2021 y para el ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2022, en base a los valores de las operaciones que estas sociedades tenían en las cuentas anuales consolidadas de Puig, S.L.

A los efectos de las cifras comparativas de las presentes cuentas anuales consolidadas, la Aportación de Puig, S.L. a Puig Brands, S.A. se ha contabilizado de forma retrospectiva, como si hubiera ocurrido desde el 31 de diciembre de 2021, ya que en esencia dicha Aportación es una continuación del Grupo preexistente, sin cambio de sustancia económica ni alteración real de su composición.

Las siguientes secciones describen las implicaciones contables de la Aportación descrito en la Nota 1, a efectos de estas cuentas anuales consolidadas:

2.1.1 Balance de situación consolidado y estado de cambios en el patrimonio neto

La única diferencia patrimonial entre los balances consolidados de Puig Brands, S.A. y Puig, S.L. son determinados activos financieros vinculados a instrumentos de patrimonio y sus pasivos relacionados no aportados a Puig Brands, S.A. cuyo impacto neto a 31 de diciembre de 2021 ascendió a 4,8 millones de euros ((9,3) millones de euros a 31 de diciembre de 2022) y el resultado de Puig, S.L. entre el 1 de julio de 2022 y el 31 de diciembre de 2022 (0,1 millones de euros) no aportado a Puig Brands, S.A.

Respecto del estado de cambios en el patrimonio neto consolidado del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2022, con base en la descripción antes mencionada de la Aportación, tal como se describe en la Nota 1, se presenta al 30 de junio de 2022, como un aumento de capital social y prima de emisión con cargo a una reducción de las reservas acumuladas.

El reparto de dividendos por importe de 110 millones de euros realizado en 2022, pagado a los accionistas de Puig, S.L. antes de la Aportación, tiene, a efectos contables en las cuentas anuales consolidadas, el tratamiento como dividendo pagado por Puig Brands, S.A.

El balance consolidado y el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado a 31 de diciembre de 2023 de Puig Brands, S.A. y sociedades dependientes han sido formulados en base al perímetro legal consolidado, ya que la reorganización interna descrita en la Nota 1 se produjo en ejercicios anteriores.

2.1.2 Cuenta de resultados consolidada, el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado y estado de flujos de efectivo consolidado

La cuenta de resultado consolidada, el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado y el estado de flujos de efectivo consolidado del ejercicio terminado el 31 de diciembre 2022 de Puig Brands, S.A. y sociedades dependientes se corresponden a las cuentas de resultados consolidada, al estado de cambios en el resultado global y al estado de flujos de efectivo consolidados de Puig, S.L. para el ejercicio 2022⁽¹⁾, como si la Aportación descrita en la Nota 1 hubiera ocurrido al inicio de dicho período (en base al tratamiento contable explicado en la Nota 2.1 anterior).

En este sentido, el patrimonio neto de Puig Brands, S.A. y sociedades dependientes tras la ejecución de la Aportación a 30 de junio de 2022, incorpora (en otras reservas a través de las aportaciones no dinerarias) las reservas acumuladas y el resultado íntegro de Puig, S.L., ya que sustancialmente todas las actividades de negocio del Grupo preexistente fueron aportadas a Puig Brands según la Aportación (ver Nota 1).

La cuenta de resultados consolidada, el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado y el estado de flujos de efectivo consolidado correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2023 de Puig Brands, S.A. y sociedades dependientes han sido formulados en base al perímetro legal consolidado, ya que la reorganización interna descrita en la Nota 1 se produjo en años anteriores.

(1) Excepto por los resultados generados tras la Aportación por importe de 0,1 millones de euros (período julio-diciembre 2022) y determinadas reclasificaciones realizadas en el estados de flujos de efectivo consolidado para alinear la presentación de acuerdo con la NIIF 7.

2.2 Bases de consolidación

Las cuentas anuales consolidadas correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023 han sido preparadas de acuerdo con las NIIF-UE.

Según lo descrito en la Nota 2.1. anterior, la Aportación ha sido tratada como una “Combinación de negocios bajo control común” (ver Nota 3.2), y en consecuencia, las operaciones realizadas por las filiales de Puig Brands se han contabilizado a 31 de diciembre de 2021 y para el ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2022, en base a los valores de las transacciones que dichas empresas tuvieron en el Grupo preexistente.

Las empresas del grupo consolidadas por el método global son entidades sobre las cuales Puig tiene control y, por lo tanto, el poder para gobernar sus políticas financieras y operativas. Los resultados de las empresas del grupo adquiridas durante el año se incluyen en las cuentas anuales consolidadas a partir de la fecha efectiva de adquisición.

El control se define sobre tres elementos que deben cumplirse: tener control sobre la actividad relevante de la subsidiaria, tener derecho a recibir dividendos, y tener capacidad de utilizar ese control para influir en los resultados.

Las participaciones no dominantes en el patrimonio y en el resultado de las sociedades dependientes se presentan de forma detallada en los epígrafes “Accionistas minoritarios” en el Balance de situación financiera consolidado y “Resultado atribuible a accionistas minoritarios” en la Cuenta de resultados consolidada.

Los saldos y transacciones, incluyendo los beneficios no realizados, que surgen de operaciones intragrupo, han sido eliminados.

Las sociedades incluidas en el perímetro de consolidación preparan sus cuentas anuales de acuerdo con las normas y legislaciones vigente en el país de origen. Cuando estos criterios de reconocimiento y medición difieren de los adoptados por la Compañía en la preparación de las cuentas anuales consolidadas, se ajustan para presentar las cuentas anuales consolidadas utilizando políticas contables uniformes.

Los estados financieros de las sociedades con moneda funcional distinta del euro, han sido convertidos de la siguiente manera:

- Los activos y pasivos se convierten a euros al tipo de cambio vigente al cierre del ejercicio.
- Las partidas que componen el patrimonio neto de estas sociedades se convierten a euros a los tipos de cambio históricos utilizados por Puig, S.L., como Grupo preexistente, en la elaboración de sus cuentas anuales históricas consolidadas.
- Los ingresos y gastos se convierten a euros utilizando el tipo de cambio medio del año.

Las diferencias derivadas de la aplicación de estos tipos de cambio se incluyen en el patrimonio consolidado en el epígrafe “Diferencias de conversión”.

Las empresas asociadas, en las que Puig no tiene control pero sí influencia significativa, se han consolidado por el método de la participación. Éstas se presentan en el balance consolidado en el epígrafe “Participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos” y en la cuenta de resultados en el epígrafe “Beneficio / (Pérdida) en empresas asociadas y negocios conjuntos y deterioros de activos financieros”. A efectos contables de consolidación, se considera que Puig tiene influencia significativa cuando posee más del 20% del capital social de las empresas y/o se puede comprobar que existe dicha influencia significativa.

Las sociedades dependientes se consolidan desde la fecha en la que se transfiere el control y dejan de consolidarse cuando dicho control desaparece (antes de la fecha de la Aportación, la evaluación del control se realizaba a nivel de Puig, S.L., como Grupo preexistente). En caso de pérdida de control sobre una filial, las cuentas anuales consolidadas incorporan los resultados de dicha filial por la parte del ejercicio en la que Puig aún ostentaba el control.

La práctica totalidad de sociedades incluidas en el perímetro de consolidación cierran su ejercicio social el 31 de diciembre. Para aquellas sociedades cuyo periodo de cierre anual no coincide con el de la Sociedad dominante, los estados financieros han sido adaptados. Las políticas contables aplicadas por las sociedades dependientes y asociadas han sido adaptadas en el proceso de consolidación para que coincidan con las de la Sociedad dominante.

Todas las sociedades incluidas en el perímetro de consolidación se han consolidado por el método de integración global, excepto los grupos Ponteland Distribuçao, S.A. (Granado), Sociedad Textil Lonía, S.A., Isdin, S.A. y Beijing Yitian Shidai Trading, Co, LLC, que han sido consolidados por el método de la participación.

Desde junio y julio de 2022, Cosmetika S.A.S. y Kama Ayurveda Private Ltd se han consolidado por el método de integración global una vez que Puig tomó el control de ambas sociedades (Nota 4). Hasta junio y julio de 2022 ambas sociedades se consolidaban por puesta en equivalencia, al tener el Grupo una influencia significativa, al poseer una participación minoritaria.

2.3 Cambios en las políticas contables y en los desgloses de información

Las cuentas anuales consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2023 han sido formuladas de acuerdo con las NIIF-UE.

Las políticas contables utilizadas en la preparación de las cuentas anuales consolidadas son las mismas que las aplicadas en las cuentas anuales consolidadas de Puig, S.L., y sus sociedades dependientes, excepto por las siguientes normas, interpretaciones y modificaciones que se han aplicado por primera vez este ejercicio.

a) Normas e interpretaciones aprobadas por la Unión Europea aplicadas por primera vez en 2023

Puig no ha experimentado impactos significativos en estas cuentas anuales consolidadas.

b) Modificaciones a la NIC 12 - Impuesto diferido relacionado con activos y pasivos originados por una transacción única

Esta modificación reduce el alcance de la exención del reconocimiento inicial para que no se aplique a transacciones que den lugar a diferencias temporarias deducibles y gravables. Por lo tanto, se deben reconocer los activos por impuestos diferidos y los pasivos por impuestos diferidos asociados con i) activos por derecho de uso y pasivos por arrendamiento, y ii) pasivos por desmantelamiento, restauración y similares, y los importes reconocidos como parte del coste de los activos relacionados.

El reconocimiento de estos impuestos diferidos es de aplicación de manera retrospectiva en las cifras comparativas presentadas. El impacto en estas cuentas anuales consolidadas, en su conjunto, no es significativo (4 millones de euros de aumento de reservas).

c) Modificaciones a la NIC 1 y la Declaración de Práctica 2 del CINIIF - Divulgación de Políticas Contables

En estas modificaciones, el IASB ha incluido una guía y ejemplos para aplicar el juicio al identificar qué políticas contables son materiales. Las modificaciones reemplazan el criterio de revelar políticas contables significativas por políticas contables materiales. También proporcionan una guía sobre cómo aplicar el concepto de materialidad para determinar qué políticas contables califican como tales.

d) Normas e interpretaciones emitidas por el IASB pero no aplicables en 2023

Puig tiene intención de adoptar las normas, interpretaciones y modificaciones de normas emitidas por el IASB que no sean de aplicación obligatoria en la Unión Europea cuando entren en vigor si le son de aplicación. Aunque Puig se encuentra actualmente analizando su impacto, basándose en los análisis realizados hasta la fecha estima que su aplicación inicial no tendrá un impacto significativo en sus cuentas anuales consolidadas.

2.4 Perímetro de consolidación

A los efectos de las cuentas anuales consolidadas, los cambios de perímetro se han considerado como sigue:

- Para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2022, se consideran cambios de perímetro los cambios ocurridos en Puig, S.L., como cabecera del Grupo preexistente.
- Para el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2023, se consideran cambios en el perímetro los cambios ocurridos a nivel de Puig Brands.

Para el ejercicio 2023, no se han producido cambios significativos respecto al ejercicio 2022.

Los principales cambios ocurridos durante el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2022, se resumen a continuación, como se indica en la Nota 4:

a. Byredo:

Adquisición de una participación del 77% de Byredo AB, obteniendo así el control del grupo del que esta sociedad es matriz.

b. Loto del Sur y Kama:

- Adquisición de una participación adicional del 31,7% en Cosmetika S.A.S. (Loto del Sur), adicional al 35% adquirido por el Grupo en 2019.

- Adquisición de una participación adicional del 36% en Kama Ayurveda Private Ltd, adicional al 49% adquirido por el Grupo en 2019.

En base a lo anterior, el Grupo obtuvo el control de ambas sociedades, Loto del Sur y Kama, en 2022, y desde entonces integró dichos negocios, utilizando el método de integración global (anteriormente se contabilizaban por el método de la participación).

3. NORMAS DE VALORACIÓN

Las cuentas anuales consolidadas han sido preparadas por los Administradores de la Sociedad dominante, de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea (NIIF-UE) al 31 de diciembre de 2023.

De acuerdo con las enmiendas a la NIC 1, efectivas a partir del 1 de enero de 2023, las políticas contables materiales y las estimaciones utilizadas en los estados financieros consolidados se identifican a continuación.

3.1 Combinaciones de negocios - Opciones “Put-Call” sobre intereses minoritarios

Cuando se adquiere un negocio, sus activos, pasivos y pasivos contingentes se valoran a valor razonable en la fecha de adquisición, según lo establecido en la NIIF 3, Combinaciones de Negocios. Al realizar la asignación del precio de la contraprestación transferida (“Purchase Price Allocation” o “PPA”), Puig registra los activos intangibles identificados como por ejemplo las marcas o relaciones con clientes. Cualquier exceso en el coste de adquisición sobre los valores razonables de los activos netos identificados se reconoce como fondo de comercio. Si el coste de adquisición es menor que el valor razonable de los activos netos identificables, la diferencia se registra en la cuenta de resultados consolidada en la fecha de adquisición.

En la fecha de la combinación de negocios, se estiman las consideraciones variables (earn-outs). Posteriormente, las variaciones de dichas consideraciones se registran en la cuenta de resultados consolidada.

Los accionistas minoritarios se registran según su porcentaje sobre el valor razonable de los activos y pasivos reconocidos. Después del reconocimiento inicial, los accionistas minoritarios son reconocidos en la cuenta de resultados consolidada por el resultado obtenido.

En las combinaciones de negocios realizadas por etapas, las inversiones anteriores se valoran, en el momento en el que se adquiere el control, a valor razonable, las diferencias son registradas en la cuenta de resultados consolidada.

En los últimos años, Puig ha llevado a cabo combinaciones de negocios en las que obtuvo la mayoría de los derechos de voto (y económicos) en entidades como Charlotte Tilbury y Byredo AB, entre otras, adquiriendo así el control sobre estos negocios (Nota 4). En estas transacciones, se acordaron opciones específicas de compra y venta (opciones “put y call”) para la adquisición de la participación minoritaria.

Cuando Puig adquiere un negocio sin obtener todas sus acciones con derecho a voto, normalmente acuerda una opción de compra y venta (put y call) para adquirir la participación minoritaria en el futuro, y si los términos y condiciones del contrato lo permiten, Puig sigue lo indicado en la NIIF 10 según se detalla a continuación:

- Se calcula el valor al que los accionistas minoritarios (en adelante “minoritarios”) deberían haber sido registrados de acuerdo con NIIF 10.
- Posteriormente, al cierre del año, los minoritarios se contabilizan como si se hubieran adquirido en esa fecha.
- Se reconoce un pasivo financiero por el valor actual del importe pendiente de pago como consideración por el ejercicio de la opción de venta de los minoritarios, como una adquisición de minoritarios. La revaluación del pasivo financiero se refleja en el patrimonio consolidado.

En los años siguientes a la adquisición, Puig reconoce el importe del resultado atribuible a minoritarios en la cuenta de resultados consolidada y posteriormente se reclasifica a reservas.

3.2 Combinaciones de negocios bajo control común

El párrafo 2 de la NIIF 3 excluye las combinaciones de negocios bajo control común (CCC) del alcance de las combinaciones de negocios.

El párrafo 10 de la NIC 8 establece que en ausencia de una NIIF que sea específicamente aplicable a una transacción u otros eventos o condiciones, los Administradores de la Sociedad dominante deben utilizar su juicio en el desarrollo y aplicación de una política contable, con el fin de proporcionar información que sea relevante y confiable.

Siguiendo prácticas generalmente utilizadas en el mercado, y que resultan en el cumplimiento de los requisitos descritos anteriormente, Puig contabiliza las CCC utilizando el método de “pooling of interest”, con base en los siguientes criterios:

Los activos y pasivos se registran por los importes que reflejan sus valores contables de acuerdo con las NIIF-UE en la fecha de las combinaciones de negocios bajo control común, a nivel de las cuentas consolidadas del anterior propietario del negocio adquirido por Puig. Esto implica que no se realizan ajustes al valor razonable, y que no se reconocen activos ni pasivos distintos de los que se hubieran reconocido en los estados financieros del anterior accionista, en la fecha de la combinación de negocios. Los únicos ajustes realizados son los necesarios para estandarizar las políticas contables utilizadas a nivel de las cuentas consolidadas del anterior propietario del negocio adquirido por Puig.

3.3 Participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos

Las inversiones de Puig en empresas asociadas y negocios conjuntos se consolidan por el método de la participación.

Las empresas asociadas, en las que Puig no tiene control, pero sí influencia significativa, se han contabilizado por el método de la participación. A efectos de la preparación de estas cuentas anuales consolidadas, se considera que Puig tiene influencia significativa cuando posee más del 20% del capital social de las empresas y/o se puede comprobar que dicha influencia significativa existe (Anexo I).

Los negocios conjuntos hacen referencia a aquellas entidades sobre cuyas actividades Puig tiene control conjunto, establecido mediante acuerdo contractual. De acuerdo a la NIIF 11, Acuerdos Conjuntos, estas entidades se contabilizan utilizando el método de participación en las cuentas anuales consolidadas.

El valor de estas inversiones en el balance de situación consolidado incluye implícitamente, en su caso, el fondo de comercio surgido de su adquisición.

Puig evalúa anualmente el deterioro de las inversiones en empresas asociadas y negocios conjuntos.

3.4 Conversión de moneda extranjera

Los estados financieros individuales de empresas del grupo y asociadas se expresan en su moneda funcional. En la Nota 2.2 se explica detalladamente cómo Puig ha convertido la moneda local a euros.

Las principales monedas funcionales distintas del euro son el dólar estadounidense (USD) y la libra esterlina (GBP). En el Anexo I se incluye un detalle de todas las sociedades del perímetro de consolidación y sus correspondientes monedas funcionales.

Las cuentas anuales de las sociedades de Puig cuya moneda funcional es la moneda de una economía hiperinflacionaria (Argentina) se ajustan por inflación de acuerdo con el procedimiento descrito en el párrafo siguiente antes de su conversión a euros. Una vez reexpresadas, todas las partidas de los estados financieros se convierten a euros utilizando el tipo de cambio de cierre. Los importes mostrados de años anteriores para fines comparativos no se modifican. Todos los impactos se contabilizan en diferencias de conversión (patrimonio neto).

Para determinar la existencia de hiperinflación, Puig evalúa las características cualitativas del entorno económico del país, como la evolución de las tasas de inflación durante los tres años anteriores. Los estados financieros de las empresas cuya moneda funcional es la moneda de una economía hiperinflacionaria se ajustan para reflejar los cambios en el poder adquisitivo de la moneda local, de modo que todas las partidas del balance que no estén expresadas en términos corrientes (partidas no monetarias) se reexpresan aplicando un índice general de precios a la fecha de cierre de los estados financieros, y todos los ingresos y gastos, se actualizan mensualmente aplicando los factores de ajuste apropiados.

El tipo de cambio aplicado al cierre del año fue el siguiente:

Peso argentino	2023	2022
Tipo de cambio de cierre	894,7	189,8

3.5 Inmovilizado material

Los elementos del inmovilizado material se valoran al menor del precio de adquisición, neto de su amortización acumulada, o valor recuperable.

Tipología de inmovilizado material	Método de amortización	Vida útil
Edificios	Lineal	33 años
Maquinaria y utillaje	Lineal	4 a 10 años
Mobiliario de oficina y otros equipamientos	Lineal	3 a 10 años

Los gastos relacionados con reparaciones o mantenimiento se incluyen en la cuenta de resultados consolidada. Los costes de ampliación o mejora que dan lugar a una mayor duración del bien son capitalizados.

El valor neto contable del inmovilizado material es revisado por posible deterioro de su valor cuando ciertos eventos o cambios indican que el valor neto contable pudiera no ser recuperable. Si existe tal indicio por el que el valor neto contable excede el importe recuperable estimado, los activos o las unidades generadoras de efectivo son registrados por su importe recuperable.

El importe recuperable de un activo es el mayor entre su valor razonable menos los costes de venta y su valor de uso. El valor de uso se calcula descontando los flujos de efectivo estimados a una tasa de descuento antes de impuestos que refleje la evaluación actual del mercado sobre el valor temporal del dinero y los riesgos específicos del activo. Las pérdidas por deterioro se registran como gasto en la cuenta de resultados consolidada.

3.6 Activo intangible (excluyendo fondo de comercio)

Las marcas adquiridas a través de la incorporación de nuevos negocios se valoran a valor razonable en el momento de su adquisición. Los activos intangibles se evalúan periódicamente para comprobar que su valor neto contable no sea superior al valor recuperable, y en tal caso, registrar la correspondiente pérdida.

El importe recuperable de un activo es el mayor entre su valor razonable menos los costes de venta y su valor de uso. El valor de uso se calcula descontando los flujos de efectivo estimados a una tasa de descuento que refleje la evaluación actual del mercado sobre el valor temporal del dinero y los riesgos específicos del activo. Las pérdidas por deterioro se registran como gasto en la cuenta de resultados consolidada.

La amortización de los activos intangibles se calcula por el método lineal de acuerdo con los años de vida útil estimada:

Tipología de activo intangible	Método de amortización	Vida útil
Marcas	-	Indefinida
Software, ERP y otros intangibles	Lineal	3 a 5 años

Puig considera que sus marcas tienen una vida útil indefinida ya que no existe un límite previsible en el periodo durante el cual se espera que las marcas generen flujos de efectivo, en función de factores legales y competitivos, ya que las marcas de Puig tienen una posición consolidada en el mercado.

Cuando el importe recuperable de un activo es inferior a su importe en libros, el valor contable del activo se reduce a su importe recuperable, reconociendo inmediatamente una pérdida por deterioro en el resultado. Cuando una pérdida por deterioro se revierte posteriormente, el valor en libros del activo se incrementa hasta la estimación revisada de su importe recuperable. Sin embargo, el aumento del valor en libros no excederá el valor contable que se habría determinado si no se hubiera reconocido una pérdida por deterioro del activo (o de la unidad generadora de efectivo) en años anteriores. La reversión de una pérdida por deterioro se reconoce inmediatamente en el resultado.

3.7 Fondo de comercio

El fondo de comercio se contabiliza inicialmente como la diferencia entre el valor de la combinación de negocios y el valor razonable de los activos, pasivos y pasivos contingentes identificables de la adquirida.

El fondo de comercio no se amortiza en aplicación de la NIIF 3, se somete anualmente a test de deterioro (realizados internamente), excepto cuando existen indicios de deterioro, que se realiza de inmediato. Indicios de deterioro son por ejemplo diferencias significativas entre la evolución del negocio y el plan de negocio establecido, y cambios significativos en factores macroeconómicos.

Al evaluar el valor en uso, los flujos de efectivo futuros estimados se descuentan a su valor actual utilizando una tasa de descuento que refleja las evaluaciones actuales del mercado del valor temporal del dinero y los riesgos específicos del activo para el cual las estimaciones de los flujos de efectivo no han sido ajustadas.

La composición de las Unidades Generadoras de Efectivo (UGE) del Grupo y la metodología para los test de deterioro se explican en la Nota 15.

3.8 Existencias

Las existencias se encuentran valoradas al menor entre el coste y el valor neto de realización.

El coste de las existencias comprende todos los costes relacionados con la adquisición y transformación de las mismas, así como los costes de diseño, logísticos y transporte y aquellos directamente imputables y necesarios para darles su condición y ubicación actuales.

Los costes incurridos para tener cada producto en su localización y condición adecuada se contabilizan como sigue:

- Materia Prima: FIFO (First in, first out)
- Producto acabado o en curso: Costes directos y una proporción de costes indirectos basada en una capacidad operativa normal.

El valor neto de realización es el precio de venta estimado de una operación ordinaria menos cualquier coste necesario para llevar a cabo o completar la venta.

Los productos obsoletos o de baja rotación se han provisionado hasta su valor de realización estimado. Esta provisión se basa en la tipología de producto, su rotación y la fecha de caducidad.

3.9 Préstamos y créditos

Los préstamos y créditos se reconocen inicialmente por su coste, que es el valor razonable de la contraprestación recibida, neto de los costes de emisión asociados al endeudamiento.

Posteriormente al reconocimiento inicial, los préstamos y créditos con rendimientos de intereses son valorados a su coste amortizado mediante el método del tipo de interés efectivo, considerando cualquier coste de emisión y descuento o prima de liquidación.

Baja de balance de préstamos y créditos con rendimientos por intereses

Puig da de baja de balance un préstamo previamente reconocido cuando la obligación se haya extinguido porque se ha realizado el pago al acreedor para cancelar la deuda (a través de pagos en efectivo u otros bienes o servicios), o porque al deudor se le exime legalmente de cualquier responsabilidad sobre el pasivo.

La contabilización de la baja de un préstamo se realiza de la siguiente forma: la diferencia entre el valor en libros del pasivo financiero (o de la parte de él que se haya dado de baja) y la contraprestación pagada, incluidos los costes de transacción atribuibles, así como cualquier activo cedido diferente del efectivo o pasivo asumido, se reconoce en la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio en que tenga lugar.

Reestructuración de deudas

Puig, en determinados casos, lleva a cabo reestructuraciones de sus compromisos de deuda con sus acreedores. Por ejemplo: alargar el plazo de pago del principal a cambio de un tipo de interés mayor, no pagar y agregar los intereses en un único pago “bullet” de principal e intereses al final de la vida de la deuda, etc. Los cambios en los términos de una deuda pueden llevarse a cabo de las siguientes formas:

- Pago inmediato del nominal (antes del vencimiento) seguido de una refinanciación de todo o parte del importe nominal a través de una nueva deuda (“intercambio de deuda”).
- Modificación de los términos del contrato de deuda antes de su vencimiento (“modificación de deuda”).

En estos casos de “intercambio de deuda” o de “modificación de deuda” con el mismo acreedor, la Sociedad analiza si ha existido un cambio sustancial en las condiciones de la deuda original. En caso de que haya existido un cambio sustancial, el tratamiento contable es el siguiente:

- el valor en libros del pasivo financiero original (o de su parte correspondiente) se da de baja del balance;
- el nuevo pasivo financiero se reconoce inicialmente por su valor razonable;
- los costes de la transacción se reconocen contra la cuenta de resultados consolidada;
- también se reconoce en la cuenta de resultados la diferencia entre el valor en libros del pasivo financiero original (o de la parte del mismo que se haya dado de baja) y el valor razonable del nuevo pasivo.

En cambio, cuando tras el análisis, Puig llega a la conclusión de que ambas deudas no tienen condiciones sustancialmente diferentes (se trata, en esencia, de la misma deuda), el tratamiento contable es el siguiente:

- el pasivo financiero original no se da de baja del balance (esto es, se mantiene en el balance);
- las comisiones pagadas en la operación de reestructuración se registran como un ajuste al valor contable de la deuda;
- la diferencia existente entre el valor actual de los flujos de caja, sin incluir las comisiones de refinanciación, descontados a la tasa de interés efectiva previa a la refinanciación y el coste amortizado previo debe reflejarse como un resultado financiero;
- se calcula un nuevo tipo de interés efectivo a partir de la fecha de reestructuración. El coste amortizado del pasivo financiero se determina aplicando el tipo de interés efectivo, que es aquel que iguale el valor en libros del pasivo financiero en la fecha de modificación con los flujos de efectivo a pagar según las nuevas condiciones.

Las condiciones de los contratos se considerarán sustancialmente diferentes, entre otros casos, cuando el valor actual de los flujos de efectivo del nuevo contrato, incluida cualquier comisión pagada, neta de cualquier comisión recibida, difiera al menos en un diez por ciento del valor actual de los flujos de efectivo remanentes del contrato original, actualizados ambos importes al tipo de interés efectivo de este último.

Ciertas modificaciones en la determinación de los flujos de efectivo pueden no superar este análisis cuantitativo, pero pueden dar lugar también a una modificación sustancial del pasivo, tales como: un cambio de tipo de interés fijo a variable en la remuneración del pasivo, la reexpresión del pasivo a una divisa distinta, un préstamo a tipo de interés fijo que se convierte en un préstamo participativo, entre otros casos.

3.10 Provisiones

Las provisiones son reconocidas en el momento en el que:

- Puig tiene una obligación presente (ya sea legal o implícita) como resultado de un suceso pasado;
- Es probable que Puig tenga que desprenderse de recursos que incorporen beneficios económicos para cancelar tal obligación; y,
- Puede hacerse una estimación fiable del importe de la obligación.

Las provisiones para reorganizaciones se reconocen cuando Puig tiene un plan formal de reorganización y éste ha sido notificado a las partes afectadas.

Si el efecto del valor temporal del dinero es significativo, el importe de la provisión se descuenta, utilizando una tasa de descuento. En el caso en que se descuenta, el incremento de la provisión derivado del paso del tiempo se registra en “Gastos financieros” de la cuenta de resultados consolidada.

No existen riesgos de los que se deriven contingencias futuras significativas que afecten a Puig que no hayan sido considerados en estas cuentas anuales.

Los pasivos contingentes son posibles obligaciones surgidas como consecuencia de sucesos pasados, cuya materialización futura está condicionada a que ocurra, o no, uno o más eventos futuros fuera del control del Grupo. A diferencia de las provisiones, los pasivos contingentes no se reconocen en el balance consolidado, sino que se informa sobre los mismos en las notas de la memoria, en la medida en que no sean considerados como remotos.

3.11 Planes de jubilación y pagos basados en instrumentos de patrimonio

Planes de jubilación

Puig tiene planes de jubilación para algunos de sus empleados.

En los planes de pensiones de aportación definida, Puig realiza aportaciones a través de un fondo de pensiones sin obligación de pagar contribuciones adicionales. Estas contribuciones fijas son reconocidas en la cuenta de resultados en el momento de realizar la aportación.

En los planes de pensiones de prestación definida, Puig está obligado a pagar ciertas prestaciones en el momento de la jubilación. Las responsabilidades de Puig (prestaciones sociales y costes del servicio) son determinadas según el método de la unidad de crédito proyectada. Se reconocen como resultado del año los conceptos siguientes: el coste de los servicios del ejercicio corriente, el coste por intereses, el rendimiento esperado de cualquier activo del plan, el coste de los servicios pasados y el efecto de cualquier tipo de reducción o liquidación del plan. Las ganancias y pérdidas actuariales en el periodo se reconocen en el estado de cambios del patrimonio neto de acuerdo con lo establecido en la NIC 19. El valor registrado en el estado de situación financiera representa el valor actual de las obligaciones, netas de los activos asociados.

Transacciones con pagos basados en instrumentos de patrimonio

Puig tiene varios planes de retribución basados en instrumentos de patrimonio (share appreciation rights o “SARs”) para ejecutivos y empleados. El gasto relacionado se determina en función del valor razonable de los instrumentos de patrimonio en fecha de adquisición y se reconoce en base a la mejor estimación realizada por la Dirección. Este gasto se reconoce a lo largo del período estipulado durante el cual se prestan los servicios y se ajusta en función de la rotación real de empleados.

La mayoría de los planes SARs otorgan a los beneficiarios el derecho de elegir si el plan se liquida en efectivo o mediante la entrega de instrumentos de patrimonio, y en consecuencia, cumple con la definición de un instrumento financiero compuesto, que incluye un componente de deuda y un componente de patrimonio. Para medir cada componente, Puig ha concluido que siempre hay un evento en efectivo exigible en relación con todas las acciones otorgadas, y en consecuencia, el tratamiento contable de estos planes se ha considerado como una liquidación en efectivo, siendo el componente de patrimonio valorado en cero.

En el caso de que las acciones sean finalmente adquiridas por los empleados, se establecen opciones de compra y venta cruzadas. Para algunos planes, en caso de admisión a cotización de las acciones subyacentes, las opciones de compra y venta ya no tendrían ningún efecto, excepto cuando se apliquen periodos de retención (“lock up periods”), en cuyo caso Puig retiene una opción de compra.

Algunos planes específicos se han definido como planes liquidados en efectivo, ya que siempre se liquidan en efectivo.

3.12 Arrendamientos

Los arrendamientos se ajustan a los términos y condiciones del mercado. A continuación se describen los principales tipos de contratos de arrendamiento, así como sus principales características:

- Oficinas y almacenes: los contratos tienen una duración promedio de entre 10 y 15 años y un alquiler fijo actualizado en función de las tasas de inflación. En algunos de estos contratos Puig tiene opción unilateral de ampliarlos de 5 a 10 años.
- Tiendas: los contratos tienen una duración promedio de entre 3 y 12 años. Los pagos de alquiler siempre incluyen un componente fijo y en algunos casos también incluyen un componente variable vinculado a las ventas de la respectiva tienda que se suma al componente fijo.
- Elementos de transporte: los contratos tienen una duración promedio de entre 3 y 4 años y un alquiler fijo actualizado en función de las tasas de inflación.

Los pagos variables por arrendamiento, que no dependen de un índice o tasa, no se incluyen en la medición del pasivo por arrendamiento y del activo por derecho de uso, y se registran como un gasto operativo cuando se incurren.

En la fecha de inicio del arrendamiento se registrará un activo por derecho de uso y un pasivo por arrendamiento.

Valoración inicial del activo por derecho de uso

En la fecha de comienzo del arrendamiento, el activo por derecho de uso se valora a coste, el cual comprende:

- El importe de la valoración inicial del pasivo por arrendamiento.
- Cualquier pago por arrendamiento efectuado en la fecha de comienzo del arrendamiento o antes de ésta, menos cualquier incentivo de arrendamiento recibido.
- Cualquier coste directo inicial soportado por el arrendatario.
- Una estimación de los costes en que incurrirá la Sociedad al desmantelar y eliminar el activo subyacente, rehabilitar el lugar en el que se ubique o devolver dicho activo a la condición exigida en los términos y condiciones del arrendamiento.
- En aquellos casos en los que existen importes variables, el importe mínimo de las cuotas debe ser considerado en el precio.

Valoración inicial del pasivo por arrendamiento

En la fecha de comienzo del arrendamiento, el pasivo por arrendamiento se valora al valor actual de los pagos por arrendamiento que no estén abonados en dicha fecha. Los pagos por arrendamiento se descuentan utilizando el tipo de interés implícito en el arrendamiento, si ese tipo puede determinarse fácilmente. En caso contrario, se utiliza el tipo de interés incremental del endeudamiento de Puig. Los pagos por arrendamiento incluidos en la valoración inicial del pasivo por arrendamiento comprenden los siguientes:

- Pagos fijos, menos los incentivos de arrendamiento a cobrar.
- Pagos por arrendamiento variables que dependan de un índice o un tipo, inicialmente, valorados al índice o tipo en la fecha de comienzo del arrendamiento.
- Los importes que se espera que abone el arrendatario en concepto de garantías de valor residual.
- El precio de ejercicio de la opción de compra si el arrendatario tiene la certeza razonable de que ejercerá esa opción.
- Los pagos de penalizaciones por rescisión del arrendamiento, si el plazo del arrendamiento refleja el ejercicio por el arrendatario de la opción de rescindir el arrendamiento.

Puig ha incluido en la valoración del pasivo por arrendamiento los flujos de efectivo futuros para los periodos que estima que mantendrá los contratos. Para algunos de los contratos, el Grupo tiene opciones de prórroga por períodos adicionales, que pueden ser libremente ejercidas únicamente por el Grupo. Estas opciones de extensión han sido consideradas en el valor del pasivo por arrendamiento cuando Puig tiene una certeza razonable de ejercer dichas opciones, debido a las inversiones realizadas y a la complejidad de encontrar arrendamientos similares en el mercado.

Valoración posterior del activo por derecho de uso

El activo por derecho de uso se valora por su coste menos la amortización acumulada y las pérdidas por deterioro de valor acumuladas, y se ajusta para reflejar cualquier nueva valoración del pasivo por arrendamiento.

Los activos por derecho de uso se deprecian linealmente al menor del plazo del arrendamiento y la vida útil estimada de los activos.

Valoración posterior del pasivo por arrendamiento

El pasivo por arrendamiento se valora: (i) incrementando el importe registrado a fin de reflejar los intereses sobre el pasivo por arrendamiento; (ii) reduciendo el importe registrado para reflejar los pagos por arrendamiento efectuados; y (iii) valorando nuevamente el importe registrado a fin de reflejar cualquier evaluación posterior o cualquier modificación del arrendamiento.

Los pagos por arrendamiento a corto plazo y arrendamientos en los que el activo subyacente es de escaso valor, se registran como gastos en la cuenta de resultados consolidada de forma lineal durante el plazo del arrendamiento. Los arrendamientos a corto plazo son aquellos en los que a la fecha de comienzo del arrendamiento tienen un plazo igual o inferior a doce meses.

Las modificaciones de las cuotas que se encuentran vinculadas a un índice, como el IPC, se tratan como modificaciones del pasivo por arrendamiento en la fecha de revisión del índice y sobre la base de los flujos de caja remanentes.

La modificación del pasivo por arrendamiento tiene como contrapartida un ajuste en el derecho de uso del arrendamiento correspondiente.

3.13 Ingresos

Los ingresos se reconocen por el valor en libros de la contraprestación recibida. Los acuerdos de venta contienen una única obligación de desempeño que se satisface en un momento determinado.

No existen contratos con clientes con componentes financieros significativos.

Ingresos por venta de productos

Los ingresos por la venta de productos se reconocen cuando el control sobre los bienes se transfiere al cliente, lo que ocurre cuando los riesgos y beneficios significativos de la propiedad de los bienes han sido traspasados al comprador y pueden medirse con fiabilidad, circunstancia que se produce, en términos generales, con la entrega efectiva de los bienes.

Los ingresos del Grupo provienen de los siguientes segmentos de negocio: fragancias y moda, maquillaje y cuidado de la piel.

Descuentos y devoluciones

Los descuentos incluyen todos los descuentos otorgados a clientes finales, incentivos por volumen, etc.

Los descuentos y devoluciones de ventas son parte de la transacción de venta y se deducen de la contraprestación en el reconocimiento de ingresos.

Puig recibe de determinados clientes servicios de apoyo promocional, como colocación de productos en stands expositores y publicación de ofertas, entre otros. Estos servicios no están bajo el control de Puig ni cumplen ninguna obligación y por tanto se consideran descuentos. Estos importes se deducen de la contraprestación en el reconocimiento de ingresos si se cumplen los criterios de reconocimiento de ingresos netos según la NIIF 15.

Ingresos por royalties

Los ingresos por royalties están relacionados con las licencias que las marcas de Puig (Nina Ricci, Rabanne, Jean Paul Gaultier y Carolina Herrera) otorgan a terceros para comercializar determinados productos como gafas, moda y complementos. Los ingresos por royalties se registran a su devengo en base al porcentaje establecido para cada una de las licencias sobre las ventas realizadas por los terceros titulares de dichas licencias de acceso.

3.14 Impuesto sobre beneficios

La Sociedad dominante y la mayoría de las sociedades españolas de Puig tributan por el Impuesto sobre Sociedades en régimen de consolidación fiscal, siendo el máximo responsable ante las autoridades fiscales Puig, S.L. El gasto por impuesto del ejercicio se reconoce en la cuenta de resultados consolidada, excepto en aquellos casos en que se relaciona con partidas que se registran directamente en el patrimonio, en cuyo caso el efecto impositivo se registra en dicho patrimonio neto.

El gasto o ingreso por impuesto diferido se registra aplicando el método del pasivo sobre todas las diferencias temporarias existentes a cierre de ejercicio entre el valor en libros de un activo o pasivo en el balance y su base fiscal. Los pasivos por impuesto diferido se reconocen por todas las diferencias temporarias imponibles excepto cuando (i) el pasivo por impuesto diferido surge de un fondo de comercio, cuya amortización no es fiscalmente deducible, o (ii) del reconocimiento inicial de un activo o pasivo en una transacción que no es una combinación de negocios y, en el momento de la transacción, no afecta ni al resultado contable ni al resultado fiscal. Asimismo, también se reconocen pasivos por impuestos diferidos por todas las diferencias temporarias imponibles que surjan del valor en libros de inversiones en subsidiarias o asociadas, excepto cuando se cumplan conjuntamente las dos condiciones siguientes: el momento de la reversión de las diferencias temporarias puede ser controlado por la Sociedad Dominante y es probable que las diferencias temporarias no se reviertan en el futuro previsible.

Los activos por impuestos diferidos son reconocidos para todas las diferencias temporarias deducibles y créditos fiscales por bases imponibles negativas pendientes de compensación y deducciones pendientes de aplicación, en la medida en que sea probable que haya una base imponible positiva contra la cual se podrá utilizar el activo por impuestos diferidos y los créditos fiscales por bases imponibles negativas o deducciones, excepto en las diferencias temporarias deducibles que surjan del reconocimiento inicial de un activo o pasivo en una transacción que no es una combinación de negocios, y que en el momento de la transacción, no afectó ni al resultado contable ni al resultado fiscal.

3.15 Instrumentos financieros

Puig determina la clasificación más adecuada para cada instrumento financiero en función de su modelo de negocio y de las características de los flujos de efectivo contractuales y la revisa únicamente en caso de cambio en el modelo de negocio de gestión de dichos activos. Los instrumentos financieros corrientes y no corrientes se clasifican en las siguientes categorías:

Activos financieros a coste amortizado

Los activos financieros a coste amortizado se miden posteriormente utilizando el método de interés efectivo y están sujetos a deterioro. Las pérdidas y ganancias se reconocen en resultados cuando el activo es dado de baja, es modificado o deteriorado. Los activos financieros de Puig a coste amortizado incluyen cuentas por cobrar de comerciales, depósitos, préstamos y otros activos corrientes.

Activos financieros a valor razonable con cambios en resultados

Los activos financieros a valor razonable con cambios en resultados se registran a valor razonable y los cambios netos en el valor razonable se reconocen en el estado de resultados. Esta categoría incluye instrumentos derivados para cubrir préstamos contratados en moneda extranjera y algunas inversiones en instrumentos de patrimonio (Nota 18).

Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado global

Tras el reconocimiento inicial, Puig puede optar por clasificar irrevocablemente sus inversiones de patrimonio como instrumentos de patrimonio designados a valor razonable a través de otro resultado global cuando cumplan con la definición de patrimonio según la NIC 32 Instrumentos Financieros. La clasificación se determina de manera individualizada instrumento a instrumento. Las pérdidas y ganancias de estos activos financieros nunca se registran en la cuenta de resultados consolidada. Los dividendos se reconocen como otros ingresos en la cuenta de resultados consolidada cuando se ha establecido el derecho de pago. Los instrumentos de patrimonio designados a valor razonable a través de otro resultado global no están sujetos a evaluación de deterioro. El Grupo optó por clasificar irrevocablemente ciertas inversiones de capital en entidades cotizadas y no cotizadas en esta categoría (Nota 18).

Pasivos financieros a coste amortizado

Después del reconocimiento inicial, los préstamos y créditos que devengan intereses se miden posteriormente al coste amortizado utilizando el método del tipo de interés efectivo ("TIE"). Las pérdidas y ganancias se reconocen en resultados cuando los pasivos se dan de baja, así como mediante el proceso de amortización del tipo de interés efectivo. El coste amortizado se calcula teniendo en cuenta cualquier coste de emisión que sea parte integral del tipo de interés efectivo. Los intereses se registran como gastos financieros en la cuenta de resultados consolidada.

Esta categoría generalmente se aplica a préstamos que devengan intereses, cuentas comerciales a pagar, otros pasivos corrientes y pasivos por arrendamiento.

Pasivos financieros a valor razonable con cambios en resultados

Los pasivos financieros a valor razonable con cambios en resultados incluyen earn-outs y pagos basados en instrumentos de patrimonio designados en el reconocimiento inicial a valor razonable con cambios en resultados.

Puig determina el valor razonable de los instrumentos financieros de acuerdo con la siguiente jerarquía:

- nivel 1: precios observados en mercados activos para activos/pasivos financieros idénticos.
- nivel 2: otras técnicas de valoración en las que los parámetros con un impacto significativo en la determinación del valor razonable son obtenidos del mercado de manera directa o indirecta.
- nivel 3: otras técnicas de valoración en las que los parámetros con un impacto significativo en la determinación del valor razonable no son obtenidos del mercado. La determinación de dicho valor razonable se determina principalmente en base a las proyecciones económicas futuras del activo (o negocio) subyacente.

3.16 Instrumentos financieros de cobertura

Los derivados se registran inicialmente a su coste de adquisición en el balance consolidado y posteriormente se realizan las correcciones valorativas necesarias para reflejar su valor razonable en cada momento, registrándose en el activo si son positivas o en el pasivo si son negativas.

A efectos de reconocimiento contable, cuando cumplen con los requisitos para ser considerados como de cobertura, se utilizan las siguientes clasificaciones:

- Cobertura de valor razonable: el instrumento de cobertura se valora por su valor razonable al igual que el activo o pasivo cubierto, registrándose las variaciones en el valor de ambos en la cuenta de resultados, neteando los efectos en el mismo epígrafe de dicha cuenta de resultados.
- Cobertura de flujos de efectivo: los cambios en el valor razonable de los instrumentos de cobertura se registran, en la parte en que dichas coberturas son efectivas en el epígrafe “Reservas por valoración de activos y pasivos no realizados” (patrimonio neto). El beneficio o pérdida acumulada en dicho epígrafe se traspassa a la cuenta de resultados a medida que el elemento cubierto se liquida o realiza.

El valor razonable de los diferentes instrumentos financieros derivados se calcula mediante los siguientes procedimientos:

- Por su cotización / tipo de cambio al cierre del ejercicio.
- Mediante el descuento de los flujos de caja esperados basándose en las condiciones del mercado, tanto actuales como futuros a la fecha de cierre del ejercicio.

3.17 Estimaciones y juicios de valor

La preparación de las cuentas anuales consolidadas en conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera exige que Puig realice estimaciones y juicios de valor que afecten a la aplicación de políticas contables y a los saldos de activos, pasivos, ingresos y gastos.

Las estimaciones y juicios de valor están basados en la experiencia histórica y en otros factores diversos que son entendidos como razonables de acuerdo con las circunstancias, cuyos resultados constituyen la base para establecer las opiniones sobre el valor contable de los activos y pasivos que no son fácilmente disponibles mediante otras fuentes.

Las hipótesis macroeconómicas utilizadas en las estimaciones, se basan en cifras proporcionadas por entidades de reconocido prestigio y están adaptadas a las especificaciones de Puig: inflación, tipos de interés, tipos de cambio, etc. Puig utiliza dichas hipótesis macroeconómicas en su planificación y estrategia de los negocios que gestiona.

Los planes de negocio preparados por la Dirección se utilizan en las estimaciones que Puig realiza para la preparación de las cuentas anuales consolidadas (por ejemplo en los cálculos de los test de deterioro, reconocimiento de impuestos anticipados, valoración del pasivo, etc.). Los resultados reales pueden, no obstante, diferir de las estimaciones realizadas en los planes de negocio tanto en las previsiones de evolución de los negocios como en las hipótesis aplicadas para los cálculos. Las principales estimaciones de Puig son las siguientes:

- La vida útil y el valor razonable de inmovilizado material e intangible (Notas 14 y 15).
- Los supuestos utilizados en los “Purchase Price Allocation” (PPA) (Nota 4) realizados en cada combinación de negocios. En todos los casos, los PPAs son elaborados por asesores externos.
- Los supuestos utilizados en la determinación del valor razonable/valor en uso de las Unidades Generadoras de Efectivo (UGE) o grupos de ellas para evaluar el potencial deterioro del fondo de comercio u otros activos (Notas 15 y 17).
- La estimación de pérdidas crediticias esperadas sobre cuentas por cobrar y obsolescencia de inventarios (Notas 3.8, 18 y 19).
- La estimación de deducciones sobre ventas netas (descuentos y devoluciones) (Notas 7 y 27).
- El valor razonable de instrumentos financieros y ciertos activos financieros no cotizados (Notas 18 y 24).
- Los supuestos utilizados en la determinación de los valores razonables de los pasivos relacionados con combinaciones de negocios (Notas 3.1 y 25). Los pasivos por contraprestaciones contingentes se encuentran en el nivel 3 de la jerarquía del valor razonable de acuerdo con la NIIF 13.
- Provisiones: estimación de los importes a liquidar en el futuro, incluyendo aquellos relacionados con obligaciones contractuales, litigios pendientes y otros costos futuros. Estas estimaciones están sujetas a interpretaciones de hechos y circunstancias actuales, proyecciones de eventos futuros y estimaciones de los efectos financieros de estos eventos.
- Evaluación de la recuperabilidad de los créditos fiscales, incluyendo pérdidas fiscales pendientes de utilizar y derechos de deducción. Los activos por impuestos diferidos se reconocen siempre y cuando se prevean beneficios fiscales futuros contra los cuales se puedan compensar las diferencias temporarias.

4. COMBINACIONES DE NEGOCIOS

Durante 2022, Puig llevó a cabo varias adquisiciones. Puig adquirió una participación mayoritaria en la marca sueca de fragancias y belleza niche Byredo A.B. ("Byredo") y aumentó su participación en la empresa india Kama Ayurveda Private Ltd y en la empresa colombiana Cosmetika, S.A.S. ("Loto del Sur"), adquiriendo el control sobre estos negocios (Nota 3.1).

Todas estas empresas tienen un carácter e historia sólidos y comparten un fuerte compromiso con la sostenibilidad y un modelo de venta directa al consumidor. Con estas adquisiciones, Puig ha aumentado sus puntos de venta propios, sumando más de 1.000 nuevos empleados y expandiendo el ecosistema de fundadores.

Los costes de transacción de las tres operaciones realizadas en 2022, que ascendieron a 10 millones de euros (principalmente derivados de la adquisición de Byredo), se registraron en el estado de resultados correspondiente al año que terminó el 31 de diciembre de 2022 (Nota 9).

En los casos en que se acuerda una opción de compra y venta (put-call option) con los accionistas minoritarios, se garantiza un precio mínimo, equivalente a la consideración pagada al tomar el control.

4.1 Byredo

En junio de 2022, Puig adquirió el 77% de Byredo (derechos económicos y políticos). Byredo es una marca especializada de fragancias y belleza fundada en Estocolmo, Suecia, en 2006, que ofrece una gama completa de productos y accesorios de belleza.

La adquisición de Byredo, una compañía que ha redefinido el lujo y se dirige directamente al consumidor, reforzará el posicionamiento de alta gama de Puig.

Los valores netos contables y los valores razonables de los activos y pasivos identificables en la fecha de adquisición fueron:

(Miles de euros)	Valor Neto Contable	Valor Razonable
Inmovilizado material, inmaterial y derechos de uso	38.514	711.514
Tesorería y equivalentes	19.218	19.218
Otros activos corrientes	45.135	50.676
Pasivo no corriente	(53.607)	(193.386)
Pasivo corriente	(36.205)	(36.205)
Total activos netos	13.055	551.817
Pago en efectivo		826.242
Opción put & call		393.793
Contraprestación variable (earn-out)		43.306
Fondo de comercio (Nota 15)		711.524

Los activos y pasivos de Byredo han sido denominados en euros.

Las diferencias más significativas entre el valor neto en libros y sus correspondientes valores razonables corresponden a la marca y a la relación con los clientes, con valores razonables netos de 492 millones de euros y 43 millones de euros respectivamente.

Los respectivos valores razonables de la marca Byredo y las relaciones con los clientes se determinaron mediante valoraciones realizadas por un experto independiente utilizando el método de ahorro de royalties y la metodología MEEM (Multi-period Excess Earning Method). Los supuestos clave para la estimación de los valores razonables a la fecha de adquisición se refieren al crecimiento de los ingresos netos y la tasa de royalties alineados con la evolución esperada del mercado y considerando las especificaciones de la marca. Adicionalmente, se consideró una tasa de descuento después de impuestos del 8% y una tasa de crecimiento de largo plazo del 3%. Las hipótesis utilizadas en cuanto a la evolución del negocio se basaron en los planes estratégicos aprobados por Puig.

Puig reconoció un fondo de comercio relacionado con la capacidad de Byredo para generar beneficios, el crecimiento y refuerzo de la cartera de marcas de Niche & Wellness y las sinergias que Puig obtiene de Byredo mejorando otras unidades generadoras de efectivo de Puig (Nota 15).

Como parte de la adquisición, se acordó un earn-out con vencimiento a largo plazo. Dicho importe fue basado en un múltiplo ajustado vinculado al desempeño del negocio (Nota 25).

Adicionalmente, como parte de la adquisición, Puig ha acordado opciones put y call para la adquisición del 23% de las acciones de Byredo que actualmente no posee (Nota 25).

La valoración de las opciones de compra y los earn-outs se basan en un múltiplo de ingresos netos (ajustado por la rentabilidad del negocio) que se ajusta según el desempeño esperado al final de cada año, en comparación con el plan inicial, hasta el vencimiento de la opción de compra y venta. Estos pasivos fueron descontados a una tasa después de impuestos del 8% en el momento de la combinación de negocios.

A la fecha de adquisición, el importe de estas opciones de compra y venta ascendía a 394 millones de euros, que fueron inicialmente reconocidas como participación minoritaria y posteriormente reclasificados como pasivo a cierre del ejercicio 2022 (Nota 3.1).

Los resultados de las operaciones de Byredo se incluyeron en las cuentas anuales consolidadas a partir de la fecha de adquisición. El importe de los ingresos netos y del beneficio antes de impuestos atribuibles desde la fecha de adquisición hasta el 31 de diciembre de 2022 ascendió a 101,0 millones de euros y 9,3 millones de euros, respectivamente.

Si la combinación de negocios se hubiera completado el 1 de enero de 2022, los ingresos netos y el beneficio antes de impuestos de Byredo en los resultados de Puig habrían ascendido a 163,2 millones de euros y 15,8 millones de euros, respectivamente.

4.2 Loto del Sur

En junio de 2022, Puig amplió su inversión hasta alcanzar una participación mayoritaria en Cosmetika, S.A.S. (Loto del Sur), la marca de productos cosméticos naturales líder en Colombia, fundada en 1999. Tras la adquisición del 31,7%, Puig obtuvo el control sobre Cosmetika, S.A.S., alcanzando una participación del 66,7% (derechos económicos y políticos) y procedió a contabilizar la sociedad por el método de integración global.

Hasta junio de 2022, esta entidad figuraba contabilizada por puesta en equivalencia (Nota 17).

Los valores netos contables y los valores razonables de los activos y pasivos identificables en la fecha de adquisición de estas dos entidades fueron los siguientes:

(Miles de euros)	Valor Neto Contable	Valor Razonable
Inmovilizado material, inmaterial y derechos de uso	344	20.755
Tesorería y equivalentes	741	741
Otros activos corrientes	1.760	2.321
Pasivo no corriente	-	(7.340)
Pasivo corriente	(808)	(808)
Total activos netos	2.037	15.669
Pago en efectivo		11.238
Opción put & call		17.755
Valor razonable de la puesta en equivalencia (35%)		12.407
Fondo de comercio (Nota 15)		25.731

Los activos y pasivos de Cosmetika fueron denominados en pesos colombianos.

Las diferencias más significativas entre el valor neto en libros de los activos y sus valores razonables corresponden a la marca y la relación con los clientes, con valores razonables netos de 12 millones de euros y 1 millón de euros respectivamente.

Los respectivos valores razonables de la marca de Loto del Sur y las relaciones con los clientes se determinaron mediante valuaciones realizadas por un experto independiente utilizando el método de ahorro de royalties y la metodología MEEM (Multi-period Excess Earning Method). Los supuestos clave para la estimación de los valores razonables a la fecha de adquisición se refieren al crecimiento de los ingresos netos y la tasa de royalties alineados con la evolución esperada del mercado y considerando las especificaciones de la marca. Adicionalmente, se considera una tasa de descuento después de impuestos del 14,9% y una tasa de crecimiento de largo plazo del 3,2%. Las hipótesis utilizadas en cuanto a la evolución del negocio se basaron en los planes estratégicos aprobados por Puig.

Puig reconoció un fondo de comercio ligado a la capacidad de Loto del Sur para generar beneficios, las ventajas competitivas obtenidas en el mercado latinoamericano y el crecimiento y refuerzo del portafolio de marcas de Niche & Wellness.

El valor razonable de la inversión minoritaria a la fecha de adquisición (12.407 miles de euros) produjo un resultado financiero por la combinación de negocios realizada por etapas por importe de 7.984 miles de euros (Nota 17).

Como parte de la adquisición, se acordaron opciones de compra y venta para la adquisición del 33,3% de las acciones de Loto del Sur que actualmente no son propiedad de Puig, ejecutables a largo plazo. La valoración de las opciones de compra y venta se basa en un múltiplo de ingresos netos ajustados según el desempeño del negocio. Estos pasivos fueron descontados a una tasa después de impuestos del 14,9% a la fecha de la combinación de negocios.

A la fecha de adquisición, el importe de estas opciones de venta y compra ascendía a 18 millones de euros, que fueron inicialmente reconocidas como participación minoritaria y posteriormente reclasificada como pasivo a la fecha del balance (Nota 3.1).

Los resultados de las operaciones de Loto del Sur fueron incluidos en el resultado consolidado del ejercicio 2022 a partir de la fecha de adquisición. El importe de los ingresos netos y del beneficio antes de impuestos atribuibles desde la fecha de adquisición hasta el 31 de diciembre de 2022 ascendió a 5,2 millones de euros y 0,9 millones de euros, respectivamente.

Si la combinación de negocios se hubiera completado el 1 de enero de 2022, los ingresos netos y el beneficio antes de impuestos en los resultados de Puig habrían ascendido a 8,3 millones de euros y 1,4 millones de euros, respectivamente.

4.3 Kama Ayurveda

En julio de 2022, Puig amplió su inversión hasta alcanzar una participación mayoritaria en Kama Ayurveda Private. Ltd., la marca ayurvédica auténtica de belleza y bienestar líder en India. Tras la adquisición del 36%, Puig obtuvo el control sobre Kama Ayurveda, alcanzando una participación del 85% (derechos económicos y políticos) y procedió a contabilizar la sociedad por el método de integración global.

Hasta julio de 2022, esta entidad figuraba contabilizada por puesta en equivalencia (Nota 17).

Los valores netos contables y los valores razonables de los activos y pasivos identificables en la fecha de adquisición de estas dos entidades fueron los siguientes:

(Miles de euros)	Valor Neto Contable	Valor Razonable
Inmovilizado material, inmaterial i derechos de uso	5.558	60.075
Tesorería y equivalentes	3.526	3.526
Otros activos corrientes	5.566	6.205
Pasivo no corriente	(490)	(14.279)
Pasivo corriente	(2.174)	(2.174)
Total activos netos	11.986	53.353
Pago en efectivo		26.194
Opción put & call		17.367
Valor razonable de la puesta en equivalencia (49%)		35.653
Fondo de comercio (Nota 15)		25.861

Los activos y pasivos de Kama Ayurveda fueron denominados en rupias indias.

Las diferencias más significativas entre el valor neto en libros de los activos y sus valores razonables corresponden a la marca y la relación con los clientes, con valores razonables netos de 37 millones de euros y 4 millones de euros respectivamente.

Los respectivos valores razonables de la marca Kama Ayurveda y las relaciones con los clientes se determinaron mediante valuaciones realizadas por un experto independiente utilizando el método de ahorro de royalties y la metodología MEEM (Multi-period EXcess Earning Method). Los supuestos clave para la estimación de los valores razonables a la fecha de adquisición se refieren al crecimiento de los ingresos netos y la tasa de royalties alineados con la evolución esperada del mercado y considerando las especificaciones de la marca. Adicionalmente, se considera una tasa de descuento después de impuestos del 14,3% y una tasa de crecimiento de largo plazo del 5,1%. Las hipótesis utilizadas en cuanto a la evolución del negocio se basaron en los planes estratégicos aprobados por Puig.

Puig reconoció un fondo de comercio ligado a la capacidad de Kama Ayurveda para generar beneficios, las ventajas competitivas obtenidas en el mercado indio y el crecimiento y refuerzo del portafolio de marcas de Niche & Wellness.

El valor razonable de la inversión minoritaria a la fecha de adquisición (35.653 miles de euros) produjo un resultado financiero por la combinación de negocios realizada por etapas por importe de 9.347 miles de euros (nota 17).

Como parte de la adquisición, se acordaron opciones de compra y venta para la adquisición del 15% de las acciones de Kama Ayurveda que actualmente no pertenecen a Puig, ejecutables a largo plazo. La valoración de las opciones de compra y venta se basa en un múltiplo de ingresos neto ajustado según el desempeño del negocio. Estos pasivos fueron descontados a una tasa después de impuestos del 14,3% a la fecha de la combinación de negocios.

A la fecha de adquisición, el importe de estas opciones de venta y compra ascendía a 17 millones de euros, que fueron inicialmente reconocidas como participación minoritaria y posteriormente reclasificada como pasivo a la fecha del balance (Nota 3.1).

Los resultados de las operaciones de Kama Ayurveda fueron incluidos en el resultado consolidado del ejercicio 2022 a partir de la fecha de adquisición. El importe de los ingresos netos y el resultado negativo antes de impuestos atribuibles desde la fecha de adquisición hasta el 31 de diciembre de 2022 ascendió a 7,2 millones de euros y 1 millón de euros, respectivamente.

Si la combinación de negocios se hubiera completado el 1 de enero de 2022, los ingresos netos y el resultado negativo antes de impuestos en los resultados de Puig habrían ascendido a 17,1 millones de euros y 1,2 millones de euros, respectivamente.

5. INFORMACIÓN SEGMENTADA

La información que se presenta a continuación sobre segmentos ha sido preparada de acuerdo con la NIIF 8, identificando los segmentos operativos correspondientes en función del tipo de productos ofrecidos en cada uno de ellos.

La actividad empresarial de Puig se organiza en tres segmentos: Fragancias y Moda, Maquillaje y Cuidado de la piel.

La información por segmentos se presenta con este desglose ya que es utilizado por la alta dirección y el consejo de administración de Puig para realizar el seguimiento del negocio. A efectos de la NIIF 8, el consejo de administración debe entenderse como la máxima autoridad para la toma de decisiones operativas de Puig.

Fragancias y Moda: El segmento de negocio de Fragancias y Moda se centra en la creación, comercialización y venta de fragancias y, en menor medida, ropa, accesorios y otros artículos relacionados con la moda. Aunque la moda es una pequeña porción de nuestros ingresos, ha sido un facilitador clave de la industria de las fragancias, especialmente en el segmento premium, donde una gran parte de las principales marcas de fragancias premium se inspiran en una marca de moda. Puig reconoce el valor de la profunda conexión que los consumidores construyen con las marcas de moda y cómo eso se traduce en fragancias.

En esta categoría de negocio, Puig diseña, desarrolla y comercializa fragancias en diversas formas, incluyendo “eau de parfum” en spray y colonias, así como lociones, polvos, cremas, velas y jabones, que se basan en una fragancia concreta. Además, Puig diseña, produce y comercializa ropa, calzado y complementos.

El portfolio de marcas de Puig que operan en la categoría de negocio de Fragancias y Moda incluye a Carolina Herrera, Jean Paul Gaultier, Nina Ricci, Rabanne, Byredo, Christian Louboutin, Comme des Garçons, Dries Van Noten, L'Artisan Parfumeur, Penhaligon's, Adolfo Domínguez y Banderas entre otros.

Maquillaje: El segmento de negocio de Maquillaje se centra en la creación, comercialización y venta de una amplia gama de productos cosméticos de alta calidad que incluyen, entre otros, bases de maquillaje, correctores, barras de labios, brillos de labios, delineadores de ojos, coloretes, máscaras y sombras de ojos.

El portfolio de marcas de Puig que operan en la categoría de negocios de maquillaje incluye a Carolina Herrera, Charlotte Tilbury, Rabanne, Byredo, Christian Louboutin y Dries Van Noten.

Charlotte Tilbury y Christian Louboutin son las marcas con la mayor contribución de ingresos a nuestro segmento de negocio de maquillaje. Charlotte Tilbury es líder en este segmento en términos de know-how y actúa como impulsora de la expansión de productos de maquillaje a marcas que ya están establecidas en otros segmentos.

Cuidado de la piel: el segmento de negocios de cuidado de la piel se centra en la creación, comercialización y venta de una variedad de productos para satisfacer las necesidades de diferentes tipos y preocupaciones de la piel, como limpiadores, tónicos, humectantes, sueros, cuidado corporal, exfoliantes, acné y aceites correctores, mascarillas faciales y productos de protección solar.

El portfolio de marcas de Puig en este segmento se inclina fuertemente hacia la dermocosmética pero también incluye cuidado de la piel de prestigio. Las marcas de Puig que operan en este segmento incluyen Uriage, Apivita, Kama Ayurveda, Loto del Sur y Charlotte Tilbury.

Los ingresos netos, resultado operativo, amortizaciones y deterioro, así como los activos operacionales por segmento es el siguiente:

2023

(miles de euros)	Ingresos netos	Resultado operativo	Amortización y deterioro (**)	Activos operativos
Fragancias y moda	3.115.001	587.190	124.084	3.169.954
Maquillaje	773.086	62.219	29.047	2.031.933
Cuidado de la piel	430.854	43.561	16.573	800.214
Eliminaciones	(14.874)	(*)	-	-
	4.304.067	692.970	169.704	6.002.101

2022

(miles de euros)	Ingresos netos	Resultado operativo	Amortización y deterioro (**)	Activos operativos
Fragancias y moda	2.671.524	473.913	107.516	2.830.768
Maquillaje	626.027	35.110	24.439	1.975.059
Cuidado de la piel	329.132	27.472	12.998	781.686
Eliminaciones	(7.080)	(*)	-	-
	3.619.603	536.495	144.953	5.587.513

* El resultado operativo vinculado a las eliminaciones intersegmentos, considerando las cifras involucradas, no fue relevante.

** La Amortización y el deterioro se presentan de forma conjunta en 2023 y 2022, ya que el deterioro no fue significativo (Nota 14), fue asignado en su totalidad al segmento Fragancias y Moda.

A efectos de la conciliación con el activo total de las cuentas anuales consolidadas de Puig, los activos se desglosan de la siguiente manera:

(miles de euros)	Nota	2023	2022
Inmovilizado material	14	326.341	271.094
Activo intangible	15	4.114.267	4.062.277
Activos derecho de uso	16	287.922	239.873
Existencias	19	788.866	626.333
Clientes y deudores	18	484.705	387.936
Total activos operativos		6.002.101	5.587.513
Activos corporativos		1.709.187	1.527.599
Total Activos		7.711.288	7.115.112

Los activos operativos son aquellos activos gestionados en los segmentos de negocio. Los activos corporativos son aquellos activos gestionados centralmente por la Sociedad dominante.

6. INFORMACIÓN GEOGRÁFICA

En la presentación de información por áreas geográficas, los ingresos netos se basan en la ubicación geográfica de los clientes, mientras que los activos operativos se basan en la ubicación geográfica de los activos.

Puig reporta utilizando tres áreas geográficas: EMEA (Europa, Oriente Medio y África), América y Asia.

La distribución de los ingresos netos y los activos operacionales por áreas geográficas es la siguiente:

2023		
(miles de euros)	Ingresos Netos	Activos operativos
EMEA	2.322.116	3.303.691
Americas	1.542.978	1.600.909
Asia	438.973	1.097.501
	4.304.067	6.002.101

2022		
(miles de euros)	Ingresos Netos	Activos operativos
EMEA	1.959.897	3.015.465
Americas	1.311.885	1.577.252
Asia	347.821	994.796
	3.619.603	5.587.513

El valor neto en libros del inmovilizado material, los activos intangibles y los activos por derecho de uso situados en España asciende a 316.716 miles de euros a 31 de diciembre de 2023 (2022: 263.435 miles de euros).

7. INGRESOS NETOS

En las Notas 5 y 6 anteriores se presentan los ingresos netos por segmento y por área geográfica.

La conciliación entre las ventas brutas y los ingresos netos se detalla a continuación:

(miles de euros)	2023	2022
Ventas brutas	4.793.239	4.048.775
Ingresos por royalties	26.440	23.121
Provisión por descuentos	(448.213)	(383.095)
Provisión por devoluciones	(67.399)	(69.198)
	4.304.067	3.619.603

Puig ha deducido de sus ventas brutas un importe de 515.612 miles de euros correspondientes a descuentos, devoluciones y servicios de soporte promocional de ciertos clientes cuando estos servicios no están bajo el control de Puig ni existe obligación sobre ellos (2022: 452.293 miles de euros).

Puig no tiene ningún cliente con un volumen de ventas superior al 10% de los ingresos netos de Puig.

8. COSTES DE VENTAS

El detalle de los costes de ventas es el siguiente:

(miles de euros)	2023	2022
Compras y costes de producción	1.226.551	1.143.584
Pérdidas por deterioro de existencias (nota 19)	50.170	25.079
Variación de existencias (nota 19)	(187.817)	(241.694)
	1.088.904	926.969

Los costes de adquisición y producción están relacionados principalmente con el coste de producción industrial de los productos vendidos. Este epígrafe también incluye productos terminados producidos por terceros.

El deterioro de existencias refleja existencias obsoletas y productos de lenta rotación, que, en línea con las políticas de Puig, han sido reducidos hasta su valor estimado de realización.

La variación de existencias muestra la diferencia entre el inventario bruto del año anterior y el del año actual (excluyendo provisiones para existencias obsoletas y productos de lenta rotación).

9. OTROS INGRESOS Y GASTOS OPERACIONALES

El desglose de esta partida es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Costes de reestructuración	(1.342)	(8.720)
Costes de transacción	(7.965)	(23.224)
Otros	(4.457)	(11.584)
	(13.764)	(43.528)

Los costes de reestructuración se reconocen en su totalidad si han sido comunicados a los terceros relevantes antes del final del período sobre el que se informa. Estos costes incluyen principalmente gastos tales como indemnizaciones por despido, pagos de jubilación anticipada y otros gastos asociados con la reestructuración por adquisiciones o cambios en la actividad así como como el cierre de centros de producción.

Los costes de transacción se refieren a los gastos incurridos por combinaciones de negocios (Nota 4) y otras transacciones corporativas. Estos costes abarcan diversos honorarios y gastos necesarios para completar las transacciones.

En 2023, el concepto "Otros" son costes del patrocinio de la Puig Women's America's Cup por importe de 4,4 millones de euros, costes judiciales excepcionales por importe de 2,5 millones de euros e ingresos de 2,4 millones de euros derivados de la extinción de un contrato de licencia.

En 2022, el concepto "Otros" correspondieron a gastos legales excepcionales incurridos por importe de 11,6 millones de euros.

10. GASTOS DE EXPLOTACIÓN

Las siguientes partidas se clasifican como gastos en relación a su función en la cuenta de resultados:

(Miles de euros)	2023	2022
Gastos de personal	761.103	638.558
Gastos de arrendamientos	16.014	14.050
Gastos de investigación y desarrollo	33.208	28.592
	810.325	681.200

La plantilla media de empleados de Puig durante el ejercicio 2023 ha sido de 9.612 de los cuales 7.017 son mujeres, 2.522 son hombres y 73 no binarios/no declarados (2022: 8.844, de los cuales 6.542 mujeres, 2.265 hombres y 37 no binarios).

Su distribución por categorías es la siguiente:

	Número de personas empleadas al final del ejercicio			Total	Número medio
	Mujeres	Hombres	No binarios/ No declarados		
2023					
Directivos	107	111	2	220	218
Ventas y Marketing	2.316	652	61	3.029	2.832
Personal punto de venta	3.617	813	19	4.449	3.357
Técnicos	1.667	893	43	2.603	2.423
Administrativos	113	22	2	137	129
Producción	388	298	—	686	653
	8.208	2.789	127	11.124	9.612

2022

Directivos	81	107	1	189	191
Ventas y Marketing	1.981	539	16	2.536	2.473
Personal punto de venta	3.092	647	33	3.772	3.361
Técnicos	1.406	744	12	2.162	1.969
Administrativos	103	7	—	110	105
Producción	429	340	—	769	745
	7.092	2.384	62	9.538	8.844

El número medio de personas empleadas en el curso del ejercicio con discapacidad mayor o igual al treinta y tres por ciento, detallado por categorías, sobre las sociedades de Puig con el domicilio social situado en España, para las que le es de aplicación el Real Decreto 1/2022, de 12 de enero de 2022, es el siguiente:

	2023	2022
Directivos	-	-
Ventas y Marketing	1	-
Personal punto de venta	1	1
Técnicos y administrativos	14	13
Producción	10	15
	26	29

El Consejo de Administración a 31 de diciembre de 2023 está formado por 14 personas, de las cuales 12 son hombres y 2 mujeres (2022: 12 miembros, 11 hombres y 1 mujer).

Gastos de personal

(Miles de euros)	2023	2022
Sueldos y salarios	554.812	441.328
Cargas sociales	110.562	87.924
Aportación Planes de Pensiones	11.713	12.928
Gastos de personal adicionales	84.016	96.378
	761.103	638.558

El aumento de sueldos y salarios para 2023 y 2022 corresponde principalmente al aumento de la plantilla media del año así como a la inflación.

El epígrafe "Gastos de personal adicionales" incluye retribuciones plurianuales a los empleados por importe de 46.143 miles de euros en 2023 (59.415 miles de euros en 2022), costes de reestructuración en 2023 por importe de 1.342 miles de euros (2022: 8.720 miles de euros), indemnizaciones por importe de 8.584 miles de euros (2022: 8.386 miles de euros) y otros beneficios complementarios como seguros para empleados, dietas, vehículos para empleados y otros beneficios para empleados.

11. AMORTIZACIÓN Y DETERIORO

El detalle de los gastos de amortización y deterioro son los siguientes:

(Miles de euros)	2023	2022
Amortización y deterioro inmovilizado material (Nota 14)	70.975	64.248
Amortización y deterioro activo intangible (Nota 15)	32.903	26.966
Amortización y deterioro de activos derecho de uso (Nota 16)	65.826	53.739
	169.704	144.953

El conjunto de gastos del cuadro anterior se refiere a los elementos de inmovilizado material, el activo intangible y los activos por derechos de uso de los contratos de arrendamiento.

12. RESULTADOS FINANCIERO

El detalle de los ingresos y gastos financieros es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Ingresos financieros de inversiones en entidades de crédito y otras inversiones	21.978	13.667
Ingresos financieros de partes relacionadas (Nota 31)	2.009	2.600
Otros ingresos financieros (Nota 25)	19.609	22.976
Total ingresos financieros	43.596	39.243
Gastos financieros por deudas con entidades de crédito, comisiones y otros	(54.364)	(29.968)
Gastos financieros de arrendamientos (Nota 16)	(5.098)	(3.024)
Otros gastos financieros (Nota 25)	(25.810)	(31.227)
Total gastos financieros	(85.272)	(64.219)
Diferencias de cambio netas (pérdidas)	(45.727)	(9.888)
Total diferencias de cambio	(45.727)	(9.888)
Resultado financiero	(87.403)	(34.864)

Ingresos financieros

Los ingresos financieros corresponden principalmente a intereses generados por inversiones mantenidas en instituciones financieras.

En 2023, los ingresos financieros con partes vinculadas corresponden a intereses por importe de 2.009 miles de euros de préstamos concedidos a partes vinculadas (2022: 2.018 miles de euros).

“Otros ingresos financieros” del año 2023 corresponden a la variación del valor de los earn-outs (Nota 25).

En 2022, “Otros ingresos financieros” correspondían a la venta de instrumentos de patrimonio a un tercero, de una entidad en la que Puig no mantenía influencia significativa (Nota 18).

Gastos financieros

Los gastos financieros proceden de deudas financieras con entidades de crédito, incluyendo préstamos, swaps de tipo de interés, comisiones y otros, se refieren principalmente a los intereses de los préstamos otorgados y líneas de crédito utilizadas durante el año en curso.

El gasto financiero del año 2023 ha aumentado respecto al año 2022 debido al mayor nivel de endeudamiento bancario y a que la mayoría de los préstamos bancarios concedidos en el año 2022 fueron contratados en mayo (ver Nota 23). Por tanto, el nivel medio de endeudamiento bancario para el año 2023 es superior al del año 2022.

Los gastos de arrendamiento financiero se refieren exclusivamente al impacto financiero de la aplicación de la NIIF 16.

“Otros gastos financieros” corresponden a la variación del valor de los earn-outs (Nota 25).

Diferencias de cambio

En 2023, el impacto negativo de las diferencias de cambio se corresponde principalmente con la depreciación del peso argentino, el dólar estadounidense y la libra esterlina.

Como se detalla en la nota 3.4, Puig aplica ajustes en economías hiperinflacionarias.

13. IMPUESTOS

Puig Brands está sujeta al impuesto sobre sociedades bajo el régimen de consolidación fiscal en España, siendo Puig, S.L. responsable de dicha consolidación fiscal. El Anexo II proporciona detalles de las empresas que forman parte del grupo de consolidación fiscal liderado por Puig, S.L.

Las demás empresas generalmente tributan el impuesto sobre sociedades de manera individual, excepto en algunas jurisdicciones donde la tributación ocurre bajo un régimen de consolidación fiscal (Anexo II).

El 2 de junio de 2020, se iniciaron procedimientos de inspección en el grupo español de consolidación fiscal, para el impuesto sobre sociedades de los períodos 2015-2018 y el impuesto sobre el valor añadido de los períodos 2016-2018. Como resultado de estos procedimientos de inspección, en mayo y junio de 2022, Puig recibió liquidaciones por un total de 9.131 miles de euros. Estas fueron pagadas en 2022. Se presentó una reclamación económico-administrativa contra las liquidaciones con las que Puig no estuvo de acuerdo y en noviembre de 2022 se presentaron las alegaciones de defensa.

Al 31 de diciembre de 2023, Puig tiene inspecciones fiscales en curso (iniciadas en 2022 y 2023) para empresas dentro del grupo ubicadas en Estados Unidos, Francia y Canadá. A la fecha de formulación de las presentes cuentas anuales consolidadas, no se esperan contingencias fiscales significativas como resultado de estas inspecciones.

Según establece la legislación vigente en los países donde están domiciliadas las sociedades de Puig, los impuestos no pueden considerarse definitivamente liquidados hasta que las declaraciones presentadas hayan sido inspeccionadas por las autoridades fiscales, o haya transcurrido el plazo de prescripción correspondiente. Puig considera que, en caso de llevarse a cabo inspecciones fiscales sobre los impuestos de los ejercicios abiertos a inspección en las sociedades que lo integran, no se pondrían de manifiesto pasivos significativos sobre estas cuentas anuales consolidadas en su conjunto.

La legislación del Pilar 2 ha sido aprobada en ciertas jurisdicciones donde opera Puig. La legislación será efectiva para los ejercicios anuales a partir del 1 de enero de 2024. Puig ha realizado una evaluación para determinar si está potencialmente expuesta a impuestos del Pilar 2. La evaluación de la exposición potencial a impuestos del Pilar 2 se basa en las declaraciones de impuestos más recientes, los informes país por país y los estados financieros de las entidades que forman el Grupo. Según esta evaluación, las tasas impositivas efectivas del Pilar 2 en la mayoría de las jurisdicciones donde opera el Grupo están por encima del 15%. En consecuencia, el Grupo no espera una exposición material a impuestos del Pilar 2 en esas jurisdicciones.

El desglose de los saldos fiscales del Grupo es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Activos		
Activos por impuesto diferido	146.562	123.897
Activo corriente por devolución de impuestos (Nota 20)	85.623	51.500
Pasivos		
Pasivos por impuesto diferido	(553.741)	(552.629)
Pasivos corrientes por liquidación de impuestos (Nota 27)	(71.177)	(59.156)
Pasivos corrientes por impuesto de sociedades	(55.319)	(29.096)
	(448.052)	(465.484)

El saldo del epígrafe "Pasivo corriente por impuesto sobre sociedades" del balance de situación consolidado corresponde a la provisión para el Impuesto sobre beneficios relativa al beneficio del ejercicio, neto de retenciones y pagos a cuenta del mismo efectuados en el período.

El impuesto diferido refleja las cantidades de impuesto sobre sociedades a pagar o recuperar en ejercicios futuros y surge del reconocimiento de activos y pasivos por impuestos diferidos.

La conciliación entre el gasto por impuesto sobre sociedades aplicable al beneficio antes de impuestos, y el tipo impositivo aplicable para Puig es la siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Beneficio antes de impuestos	643.150	513.724
Tipo impositivo establecido en España (25%)	(160.787)	(128.431)
Diferencias permanentes, incentivos y créditos fiscales	6.312	18.337
Créditos fiscales no capitalizados utilizados en el periodo	(208)	614
Efecto de la aplicación de diferentes tipos impositivos	10.761	4.081
Ingreso / (gasto) por impuesto diferido por cambio de tipo impositivo	342	4.429
Impuesto diferido por pérdidas de capitalización de ejercicios anteriores	1.577	—
Otros ajustes	(1.259)	(231)
Ingresos / (gasto) por impuesto sobre sociedades	(143.262)	(101.201)
Tipo impositivo efectivo	22,3 %	19,7 %

El gasto por el Impuesto sobre sociedades comprende tanto la parte relativa al gasto por el impuesto corriente como la correspondiente al gasto por el impuesto diferido.

El impuesto corriente es la cantidad a pagar por el impuesto sobre sociedades relativo al beneficio fiscal del periodo y por otras cargas fiscales derivadas del cumplimiento de la normativa que regula el impuesto sobre sociedades.

La mayoría de las empresas del grupo han acumulado resultados positivos en su patrimonio neto. Si estas reservas se distribuyeran, podrían estar sujetas a impuestos. En las cuentas anuales consolidadas no se incluye el impacto de la distribución cuando no es probable que ocurra bajo la exención de la IAS 12.

Por otro lado, las filiales del grupo no incluyen pasivos por impuestos diferidos en relación con futuras distribuciones a los accionistas debido a que no se espera ninguna distribución de dividendos a la fecha de preparación de las presentes cuentas anuales consolidadas, por lo que no hay impacto en la Sociedad dominante.

El desglose del ingreso/(gasto) por impuesto sobre sociedades es como sigue:

(Miles de euros)	2023	2022
Impuesto corriente	(162.632)	(133.975)
Impuesto diferido	19.370	32.774
Ingresos / (gasto) por impuesto sobre sociedades	(143.262)	(101.201)

Impuestos diferidos

El detalle de los impuestos diferidos a 31 de diciembre es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
<u>Impuesto diferido pasivo</u>		
Intangibles adquiridos en combinaciones de negocios	521.216	518.358
Derivados	4.013	10.519
Otros	28.512	23.752
	553.741	552.629
<u>Impuesto diferido activo</u>		
Operaciones intragrupo	30.133	24.205
Bases imponibles negativas activadas	23.242	21.217
Provisiones	14.007	23.114
Otros	79.180	55.361
	146.562	123.897

Las altas del pasivo por impuesto diferido del ejercicio 2022 correspondieron principalmente a la combinación de negocios mencionada en la Nota 4.

El movimiento de activos y pasivos diferidos es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
<i>Activos por impuesto diferido a 31 de diciembre de 2022</i>	<i>123.897</i>	<i>85.066</i>
<i>Pasivos por impuesto diferido a 31 de diciembre de 2022</i>	<i>(552.629)</i>	<i>(398.852)</i>
Cargo / abono a cuenta de resultados	19.370	32.774
Cargo / abono a patrimonio neto	6.618	(11.931)
Combinaciones de negocios	—	(152.880)
Diferencias de conversión y otros	(4.435)	17.092
<i>Activos por impuesto diferido a 31 de diciembre de 2023</i>	<i>146.562</i>	<i>123.897</i>
<i>Pasivos por impuesto diferido a 31 de diciembre de 2023</i>	<i>(553.741)</i>	<i>(552.629)</i>

A 31 de diciembre de 2023, Puig tiene bases imponibles negativas a compensar, no capitalizadas por 32 millones de euros (32.5 millones de euros a 31 de diciembre de 2022). Asimismo, Puig no tiene deducciones pendientes de aplicar.

Las caducidades de las bases imponibles negativas no capitalizadas a 31 de diciembre es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Menos de cinco años	24.923	18.981
Más de cinco años	6.983	13.548
	31.906	32.529

14. INMOVILIZADO MATERIAL

El detalle del inmovilizado material es el siguiente:

(miles de euros)	Terrenos, construcciones	Maquinaria y utillaje	Mobiliario de oficina y otros equipamientos	Activos en construcción y otros	Total
<u>Coste</u>					
A 1 de enero de 2022	254.589	258.658	176.011	2.788	692.046
Adiciones	34.427	23.936	54.061	820	113.244
Retiros	(2.208)	(4.967)	(1.976)	(221)	(9.372)
Trasposos y otros	481	(398)	(459)	—	(376)
Combinaciones de negocios (Nota 4)	2.558	1.638	24.803	—	28.999
Diferencias de conversión	(134)	(316)	(2.860)	(5)	(3.315)
31 de diciembre de 2022	289.713	278.551	249.580	3.382	821.226
<u>Amortización acumulada</u>					
A 1 de enero de 2022	(153.987)	(191.144)	(131.013)	(2.742)	(478.886)
Amortización (Nota 11)	(13.063)	(15.913)	(30.996)	(208)	(60.180)
Retiros	2.102	4.058	1.498	221	7.879
Trasposos y otros	(52)	(6)	(1.202)	40	(1.220)
Combinaciones de negocios (Nota 4)	(1.415)	(797)	(9.217)	—	(11.429)
Diferencias de conversión	13	99	(162)	12	(38)
31 de diciembre de 2022	(166.402)	(203.703)	(171.092)	(2.677)	(543.874)
<u>Deterioro</u>					
A 1 de enero de 2022	(383)	(1.390)	(416)	—	(2.189)
Deterioro (Nota 11)	(14)	(4.370)	315	—	(4.069)
31 de diciembre de 2022	(397)	(5.760)	(101)	—	(6.258)
Neto a 1 de enero de 2022	100.219	66.124	44.582	46	210.971
Neto a 31 de diciembre de 2022	122.914	69.088	78.387	705	271.094
<u>Coste</u>					
A 1 de enero de 2023	289.713	278.551	249.580	3.382	821.226
Adiciones	50.000	39.932	42.528	277	132.737
Retiros	(10.899)	(9.075)	(7.787)	(106)	(27.867)
Trasposos y otros	16.940	371	(15.579)	532	2.264
Combinaciones de negocios (Nota 4)	—	—	—	—	—
Diferencias de conversión	(10.619)	(2.292)	806	4.555	(7.550)
A 31 de diciembre de 2023	335.135	307.487	269.548	8.640	920.810
<u>Amortización acumulada</u>					
A 1 de enero de 2023	(166.402)	(203.703)	(171.092)	(2.677)	(543.874)
Amortización (Nota 11)	(21.772)	(32.751)	(20.710)	(117)	(75.350)
Retiros	10.682	8.133	6.241	128	25.184
Trasposos y otros	(5.437)	294	6.699	(1.815)	(259)
Combinaciones de negocios (Nota 4)	—	—	—	—	—
Diferencias de conversión	822	1.604	(942)	229	1.713
A 31 de diciembre de 2023	(182.107)	(226.423)	(179.804)	(4.252)	(592.586)
<u>Deterioro</u>					
A 1 de enero de 2023	(397)	(5.760)	(101)	—	(6.258)
Deterioro (Nota 11)	14	4.361	—	—	4.375
A 31 de diciembre de 2023	(383)	(1.399)	(101)	—	(1.883)
Neto a 1 de enero de 2023	122.914	69.088	78.387	705	271.094
Neto a 31 de diciembre de 2023	152.645	79.665	89.643	4.388	326.341

El epígrafe de “Terrenos y construcciones” recoge principalmente los centros de producción y los establecimientos de venta y oficinas en propiedad de Puig.

La partida de “Maquinaria y utillaje” recoge fundamentalmente las partidas de los principales elementos de producción.

Las adiciones del ejercicio 2023 y 2022 corresponden fundamentalmente a inversiones en los centros de producción de Puig relacionadas con la actividad, así como inversiones en activos arrendados.

A 31 de diciembre de 2023, el valor del inmovilizado material en uso que se encuentra totalmente amortizado asciende a 341.001 miles de euros (2022: 338.350 miles de euros).

A fecha de 31 de diciembre de 2023 y 2022 los principales activos de inmovilizado se encuentran cubiertos por las pólizas generales de seguros de Puig.

Adicionalmente, ninguno de los elementos de inmovilizado material se encuentra establecido como garantía de obligaciones frente a terceros.

15. INMOVILIZADO INTANGIBLE

El detalle de los activos intangibles es el siguiente:

(Miles de euros)	Fondo de comercio	Marcas	Software	Otros	Total
<u>Coste</u>					
A 1 de enero de 2022	1.037.345	1.573.987	122.250	114.116	2.847.698
Adiciones	-	-	32.061	6.282	38.343
Retiros	-	-	(2.353)	(1.158)	(3.511)
Combinaciones de negocios (Nota 4)	763.116	686.537	560	67.004	1.517.217
Reclasificaciones y otros	-	(12)	33	370	391
Diferencias de conversión	(48.402)	(71.421)	(1.237)	(1.621)	(122.681)
A 31 de diciembre de 2022	1.752.059	2.189.091	151.314	184.993	4.277.457
<u>Amortización Acumulada</u>					
A 1 de enero de 2022	-	(40.351)	(85.638)	(35.856)	(161.845)
Amortización (Nota 11)	-	-	(17.903)	(9.063)	(26.966)
Retiros	-	-	2.005	517	2.522
Combinaciones de negocios (Nota 4)	-	-	(381)	(4.986)	(5.367)
Reclasificaciones y otros	-	9	(8)	1.462	1.463
Diferencias de conversión	-	(311)	411	8	108
A 31 de diciembre de 2022	-	(40.653)	(101.514)	(47.918)	(190.085)
<u>Deterioro</u>					
A 1 de enero de 2022	(25.095)	-	-	-	(25.095)
Deterioro (Nota 11)	-	-	-	-	-
A 31 de diciembre de 2022	(25.095)	-	-	-	(25.095)
Neto a 1 de enero de 2022	1.012.250	1.533.636	36.612	78.260	2.660.758
Neto a 31 de diciembre de 2022	1.726.964	2.148.438	49.800	137.075	4.062.277
<u>Coste</u>					
A 1 de enero de 2023	1.752.059	2.189.091	151.314	184.993	4.277.457
Adiciones	-	-	35.434	9.748	45.182
Retiros	(4.584)	(2.475)	(469)	(1.372)	(8.900)
Combinaciones de negocios (Nota 4)	-	-	-	-	-
Reclasificaciones y otros	-	-	374	(4.039)	(3.665)
Diferencias de conversión	18.728	24.511	677	358	44.274
A 31 de diciembre de 2023	1.766.203	2.211.127	187.330	189.688	4.354.348
<u>Amortización Acumulada</u>					
A 1 de enero de 2023	-	(40.653)	(101.514)	(47.918)	(190.085)
Amortización (Nota 11)	-	-	(21.633)	(11.270)	(32.903)
Retiros	-	2.475	209	65	2.749
Combinaciones de negocios (Nota 4)	-	-	-	-	-
Reclasificaciones y otros	-	-	(2.722)	3.449	727
Diferencias de conversión	-	86	(186)	42	(58)
A 31 de diciembre de 2023	-	(38.092)	(125.846)	(55.632)	(219.570)
<u>Deterioro</u>					
A 1 de enero de 2023	(25.095)	-	-	-	(25.095)
Deterioro (Nota 11)	-	-	-	-	-
Retiros	4.584	-	-	-	4.584
A 31 de diciembre de 2023	(20.511)	-	-	-	(20.511)
Neto a 1 de enero de 2023	1.726.964	2.148.438	49.800	137.075	4.062.277
Neto a 31 de diciembre de 2023	1.745.692	2.173.035	61.484	134.056	4.114.267

En 2023 y 2022, el incremento en Software se corresponde con nuevos sistemas informáticos, así como desarrollo de plataformas de comercio electrónico para los diferentes negocios.

El valor neto de las marcas a cierre de ejercicio, sin considerar los pasivos por impuestos diferidos, es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Charlotte Tilbury	1.119.669	1.097.095
Byredo	619.000	619.000
Jean Paul Gaultier	111.770	111.770
Dries Van Noten	76.302	76.302
Uriage	76.137	76.137
Kama Ayurveda	42.372	44.160
Nina Ricci	37.031	37.031
Penhaligon's	34.654	33.955
Apivita	35.559	35.559
Loto del Sur	17.551	14.439
L'Artisan Parfumeur	2.990	2.990
	2.173.035	2.148.438

Las marcas mencionadas se consideran de vida útil indefinida, no existiendo provisiones por deterioro en ellas.

Fruto de la combinación de negocios descrita en la Nota 4, en el ejercicio 2022 Puig incorporó las marcas Byredo, Kama Ayurveda y Loto del Sur.

Durante 2023 se ha producido un impacto positivo de 25 millones de euros en el valor contable de las marcas como consecuencia de cambios en los tipos de cambio entre varias monedas funcionales de las marcas y la moneda de presentación (euro) (2022: (71) millones de euros).

Prueba de deterioro de las marcas y de los fondos de comercio

Puig realiza internamente pruebas anuales de deterioro de valor a las marcas con vida útil indefinida y a los fondos de comercio adquiridos en combinaciones de negocios.

Las Unidades Generadoras de Efectivo (UGEs) son el grupo identificable más pequeño de activos que generan flujos de efectivo independientes de los flujos de efectivo producidos por otros activos o grupo de activos. Puig define estas UGEs asociándolas a diferentes marcas o negocios. Las marcas pueden pertenecer a diferentes segmentos operativos (Nota 5).

En el año 2022 se revisaron las UGEs, identificándose Niche & Wellness como una nueva UGE, de acuerdo con lo establecido en la NIC 36 p72, en base a lo siguiente:

- Una de las decisiones estratégicas de Puig en los últimos años fue posicionarse en los productos Niche & Wellness debido a su alto potencial de crecimiento, empezando por la adquisición de L'Artisan Parfumeur y Penhaligon's en 2015, y posteriormente la adquisición de Dries Van Noten en 2018.
- Sin embargo, no es hasta 2022, con la adquisición de Byredo y la toma de control de Loto del Sur y Kama Ayurveda (nota 17), cuando Puig obtiene un cartera de marcas que arrojan sinergias dentro de Niche & Wellness.

Como consecuencia, la UGE Niche & Wellness está compuesta por L'Artisan Parfumeur, Penhaligon's, Dries Van Noten, Byredo, Kama y Loto del Sur (que eran UGEs separadas antes de las adquisiciones de Byredo, Kama y Loto del Sur en 2022).

El desglose de los principales activos intangibles con vida útil indefinida (marcas y fondo de comercio) por unidad generadora de efectivo, segmento operativo, tasa de descuento antes y después de impuestos (coste promedio ponderado del capital, en adelante WACC) y tasa de crecimiento a largo plazo a 31 de diciembre son los siguientes:

2023

Unidad Generadora de Efectivo	Segmento	Valor bruto (*)	Valor Neto Contable	Tasa de descuento antes de impuestos	Tasa de descuento después de impuestos	Tasa de crecimiento a largo plazo
Charlotte Tilbury	Cuidado de la piel y maquillaje	1.858.087	1.858.087	13,0 %	10,5 %	3,0 %
Niche & Wellness	Fragancias, moda y cuidado de la piel	976.202	961.202	12,1 %	10,0 %	3,0 %
Uriage	Cuidado de la piel	152.095	152.095	13,6 %	11,0 %	3,0 %
Jean Paul Gaultier	Fragancias y moda	117.359	117.359	11,7 %	9,5 %	3,0 %
Apivita	Cuidado de la piel	67.667	67.667	13,4 %	11,0 %	3,0 %
Nina Ricci	Fragancias y moda	37.031	37.031	12,1 %	9,5 %	2,5 %

(*) Valor bruto de depreciación y deterioro

2022

Unidad Generadora de Efectivo	Segmento	Valor bruto (*)	Valor Neto Contable	Tasa de descuento antes de impuestos	Tasa de descuento después de impuestos	Tasa de crecimiento a largo plazo
Charlotte Tilbury	Cuidado de la piel y maquillaje	1.820.827	1.820.827	12,0 %	9,5 %	2,5 %
Niche & Wellness	Fragancias, moda y cuidado de la piel	970.238	955.238	11,7 %	9,5 %	2,5 %
Uriage	Cuidado de la piel	152.092	152.092	12,2 %	9,5 %	2,5 %
Jean Paul Gaultier	Fragancias y moda	117.359	117.359	11,9 %	9,5 %	2,5 %
Apivita	Cuidado de la piel	67.667	67.667	13,1 %	10,5 %	2,5 %
Nina Ricci	Fragancias y moda	37.031	37.031	12,0 %	9,5 %	2,5 %

(*) Valor bruto de depreciación y deterioro

Además de las UGEs mencionadas, Puig también opera otras UGEs, siendo las más relevantes Rabanne y Carolina Herrera, que no cuentan con activos intangibles significativos.

El deterioro acumulado de 15.000 miles de euros en Dries Van Noten (desde 2022 en la UGE Niche & Wellness) se refiere al deterioro del fondo de comercio registrado en 2020.

En cuanto al fondo de comercio surgido de la adquisición del negocio de Byredo, la estrategia de Puig abarcó no sólo la generación de flujos de caja dentro del negocio adquirido, sino también la generación de sinergias entre otras UGEs distintas de Niche & Wellness. En consecuencia, dado que la asignación del fondo de comercio generado, a efectos de medir su potencial deterioro, no podría asignarse a una UGE (Niche & Wellness) concreta, salvo de forma arbitraria, la evaluación de la recuperabilidad de dicho fondo de comercio se realiza a nivel del grupo de UGEs para las que generará flujos de efectivo (Niche & Wellness, Carolina Herrera, Rabanne y Jean Paul Gaultier).

A 31 de diciembre de 2023, los valores brutos y netos de los activos intangibles de vida útil indefinida (marcas y fondo de comercio) de las mencionadas UGEs eran de 1.809 millones de euros y 1.794 millones de euros (2022: 1.788 millones de euros), la tasa descontada antes de impuestos fue del 12,1% (2022: 11,7%), la tasa después de impuestos fue del 10% (2022: 9,5%) y la tasa de crecimiento a largo plazo fue del 3% (2022: 2,5%).

Metodología del test de deterioro

Los procedimientos para la realización del test de deterioro, realizados al menos una vez al año, son los siguientes:

- El importe recuperable asociado a las diferentes UGEs se ha determinado en base a un cálculo del valor en uso utilizando proyecciones de flujo de caja basadas en los planes de negocio elaborados por Puig para los próximos cinco años. Los flujos de efectivo utilizados para la prueba de deterioro incluyen los pagos por impuesto sobre sociedades.
- Puig utiliza los presupuestos y planes de negocio de cada UGEs, que se elaboran para un periodo de cuatro o cinco años (aprobados por el Consejo de Administración), más un año adicional en función de la estrategia del Grupo y la experiencia previa.
- Los supuestos clave utilizados para la elaboración de presupuestos y planes de negocio son el crecimiento estimado de las ventas, la evolución de los gastos operativos y el margen bruto de cada unidad generadora de efectivo, con base en la experiencia y conocimiento del desempeño de cada marca, así como indicadores macroeconómicos que reflejan la situación actual y situación económica previsible de cada mercado.
- Los supuestos de crecimiento de las ventas se basan en el desempeño pasado, el potencial de crecimiento de la industria misma y la capacidad de Puig para ganar participación de mercado. Ni la guerra Ucrania-Rusia, el conflicto palestino-israelí ni el cambio climático tienen un impacto significativo en los planes estratégicos actuales y futuros, debido a que las ventas en los países impactados no son significativas para Puig.
- Se realiza internamente un análisis de valoración por parte de Puig, que consiste en aplicar el método de flujo de caja libre descontado, realizando todos los procedimientos necesarios para determinar el valor recuperable de los activos de cada UGE.
- Las tasas de descuento aplicadas a las proyecciones de flujos de efectivo futuros han sido calculadas específicamente para cada unidad generadora de efectivo, considerando en algunos casos una prima de riesgo específica de acuerdo con las características específicas de cada UGE y el perfil de riesgo inherente en los flujos de efectivo proyectados de cada unidad generadora de efectivo.
- Los flujos de efectivo utilizados para el valor terminal se extrapolan utilizando una tasa de crecimiento prudencial en comparación con el crecimiento esperado a largo plazo para los negocios involucrados.
- Los valores en libros de las UGEs incluyen marcas, fondos de comercio, otros activos intangibles, inmovilizado material, activos por derechos de uso y otros activos netos asignados a las UGEs (incluyendo las existencias y otras partidas de capital circulante). Los pasivos por impuestos diferidos no se incluyen en el valor en libros de las UGEs.

Análisis de sensibilidad en supuestos clave

Puig realiza un análisis de sensibilidad del cálculo del deterioro aplicando variaciones razonables a las hipótesis clave consideradas en el cálculo. Para las UGEs y grupos de UGEs se han aplicado las siguientes variaciones:

- Una variación de +1,5% en la tasa de descuento supondría un ajuste en el valor contable neto de los activos intangibles registrados en 2023 por importe de 7.882 miles de euros (13.328 miles de euros en 2022).
- Una variación del -1% en la tasa de crecimiento a largo plazo supondría un ajuste en el valor contable neto de los activos intangibles registrados en 2023 por importe de 3.522 miles de euros (no supondría ningún ajuste en 2022).
- Una variación del -2% en las tasas de crecimiento anual compuestas (TCAC o CAGR) de crecimiento de los ingresos supondría un ajuste en el valor contable neto de los activos intangibles registrados en 2023 por importe de 2.186 miles de euros (103.311 miles de euros en 2022).

16. ARRENDAMIENTOS

16.1 Activos derechos de uso

El detalle de los arrendamientos por naturaleza de activo al 31 de diciembre es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Terrenos, construcciones	278.632	234.874
Maquinaria y utillaje	3.657	1.544
Mobiliario de oficina y otros equipamientos	5.633	3.455
	287.922	239.873

El movimiento de los activos por derecho de uso ha sido el siguiente:

(Miles de euros)	Coste	Amortización (Nota 11)	Valor Neto
A 1 de enero de 2022	292.970	(104.317)	188.653
Adiciones	82.699	(53.739)	28.960
Retiros	(2.053)	872	(1.181)
Combinaciones de negocio (Nota 4)	42.590	(16.913)	25.677
Diferencias de conversión	(3.202)	966	(2.236)
A 31 de diciembre de 2022	413.004	(173.131)	239.873
A 1 de enero de 2023	413.004	(173.131)	239.873
Adiciones	124.096	(65.826)	58.270
Retiros	(26.857)	17.523	(9.334)
Combinaciones de negocio (Nota 4)	-	-	-
Diferencias de conversión	(2.651)	1.764	(887)
A 31 de diciembre de 2023	507.592	(219.670)	287.922

Las adiciones en el ejercicio 2023 y 2022 se corresponden principalmente con nuevas tiendas y edificios de oficinas en todas las geograffas. No existen deterioros sobre activos por derechos de uso.

Las combinaciones de negocios del ejercicio 2022 (Nota 4) se corresponden con Byredo, Loto del Sur y Kama Ayurveda, donde el "retail" tiene un componente significativo en los negocios adquiridos.

16.2 Pasivos por arrendamiento

Los importes reconocidos en el balance de situación consolidado al 31 de diciembre son los siguientes:

(Miles de euros)	2023	2022
Pasivo no corriente (nota 25)	255.561	208.698
Pasivo corriente (nota 27)	58.074	43.916
	313.635	252.614

El movimiento del pasivo por arrendamiento ha sido el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Saldo inicial	252.614	204.446
Altas	124.096	82.699
Bajas	(4.775)	(1.714)
Diferencias de conversión	(631)	(1.992)
Combinaciones de negocios (Nota 4)	-	25.413
Pagos por arrendamientos	(62.767)	(52.140)
Gastos financieros (Nota 12)	5.098	3.024
Reclasificaciones y otros	-	(7.122)
	313.635	252.614

16.3 Otros aspectos de arrendamientos

Los importes reconocidos en las cuentas de resultados consolidadas, son los siguientes:

(Miles de euros)	2023	2022
Amortización de derecho de uso (Nota 16.1)	(65.826)	(53.739)
Gasto Financiero (Nota 12)	(5.098)	(3.024)
Gastos por arrendamientos de bajo valor, corta duración y pagos variables	(16.014)	(14.050)
	(86.938)	(70.813)

El detalle de los flujos de caja por vencimientos es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Deuda con vencimiento superior a 4 años	122.322	85.701
Deuda con vencimiento entre 2 y 4 años	81.264	79.483
Deuda con vencimiento entre 1 y 2 años	51.975	43.514
Deuda con vencimiento inferior a 1 año	58.074	43.916
Total pasivo por arrendamiento	313.635	252.614

Puig no tiene compromisos adicionales por arrendamientos (tampoco los tenía en el ejercicio 2022).

17. PARTICIPACIONES EN EMPRESAS ASOCIADAS Y NEGOCIOS CONJUNTOS

Las inversiones de Puig en empresas asociadas y negocios conjuntos han sido consolidadas por el método de la participación. El detalle de las participaciones en empresas asociadas y en negocios conjuntos es el siguiente:

(Miles de euros)	% Participación	Total Activos (*)	Total Pasivos (*)	Ingresos Netos (*)	Resultado Operativo (*)	Resultado del ejercicio (*)	Valor neto contable
Sociedad Textil Lonia, S.A. (España)	25 %	492.816	149.744	430.406	76.699	53.516	147.112
Ponteland Distribuição, S.A. (Granado) (Brasil) (***)	35 %	211.881	76.288	244.337	51.159	38.709	114.187
Isdin, S.A. (**) (***) (España)	50 %	399.500	179.990	568.945	83.702	50.032	104.508
Beijing Yitian Shidai Trading Co, LLC (China) (***)	15 %	16.745	4.972	20.070	(3.971)	(3.967)	9.405
Total a 31 de diciembre de 2023							375.212

(Miles de euros)	% Participación	Total Activos (*)	Total Pasivos (*)	Ingresos Netos (*)	Resultado Operativo (*)	Resultado del ejercicio (*)	Valor neto contable
Sociedad Textil Lonia, S.A. (España)	25 %	524.196	194.491	423.077	90.567	69.834	145.733
Ponteland Distribuição, S.A. (Granado) (Brasil) (***)	35 %	174.753	75.891	175.627	23.208	15.991	98.748
Isdin, S.A. (**) (***) (España)	50 %	320.315	140.725	435.334	73.329	53.496	89.691
Beijing Yitian Shidai Trading Co, LLC (China) (***)	15 %	21.821	5.165	15.548	(5.802)	(5.873)	10.652
Total a 31 de diciembre de 2022							344.824

(*) Hace referencia al 100% de la entidad

(**) Negocio Conjunto

(***) Importes en plan contable local

Los valores en libros de las empresas asociadas y negocios conjuntos consolidados por el método de la participación incluyen principalmente fondos de comercio y marcas implícitas originados en la adquisición de las mencionadas participaciones.

Tal y como se explica en la Nota 4, Puig incrementó su participación en Cosmetika, S.A.S. y Kama Ayurveda Private Ltd en 2022. Como resultado de estas combinaciones de negocios, Puig registró unos ingresos de 7.984 miles de euros y 9.347 miles de euros respectivamente, correspondientes a la revalorización de su participación original en estas sociedades.

El movimiento de las participaciones en empresas asociadas durante 2023 y 2022 ha sido el siguiente:

(Miles de euros)	Sociedad Textil Lonia, S.A.	Ponteland Distribuição, S.A. (Granado)	Isdin, S.A.	Beijing Yitian Shidai Trading Co, LLC (Scent Library)	Total 2023
Saldo al inicio de ejercicio 2023	145.733	98.748	89.691	10.652	344.824
Resultados	13.379	13.547	25.016	(595)	51.347
Deterioros netos	—	—	—	—	—
Dividendos recibidos	(12.000)	(3.265)	(10.199)	—	(25.464)
Diferencias de conversión	—	5.157	—	(652)	4.505
Saldo al final del ejercicio 2023	147.112	114.187	104.508	9.405	375.212

(Miles de euros)	Sociedad Textil Lonia, S.A.	Ponteland Distribuição, S.A. (Granado)	Isdin, S.A.	Beijing Yitian Shidai Trading Co, LLC (Scent Library)	Kama Ayurveda Private Ltd	Cosmetika S.A.S.	Total 2022
Saldo al inicio de ejercicio 2022	125.275	85.598	74.443	31.831	24.501	4.808	346.456
Resultados	17.458	5.449	26.748	(881)	1	106	48.881
Deterioros netos	9.000	—	—	(19.591)	—	—	(10.591)
Dividendos recibidos	(6.000)	(2.268)	(11.500)	—	—	(166)	(19.934)
Diferencias de conversión	—	9.969	—	(707)	1.805	(325)	10.742
Resultado de adquisición por etapas	—	—	—	—	9.347	7.984	17.331
Reclasificaciones y bajas	—	—	—	—	(35.654)	(12.407)	(48.061)
Saldo al final del ejercicio 2022	145.733	98.748	89.691	10.652	—	—	344.824

A 31 de diciembre de 2023 y 2022, Beijing Yitian Shidai Trading Co, LLC (Scent Library) mantenía registrada en su valor contable una provisión por deterioro por importe de 19.591 miles de euros.

En 2022 se registró un deterioro de la participación en Beijing Yitian Shidai Trading Co, LLC (China) por importe de 19.591 miles de euros debido al impacto que tuvo el Covid en China. Adicionalmente se registró una reversión del deterioro de valor de Sociedad Textil Lonia, S.A. por importe de 9.000 miles de euros debido a la recuperación del “retail” tras la pandemia.

Prueba de deterioro de las participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos

La metodología de la prueba de deterioro de las participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos no difiere significativamente de la aplicada para activos intangibles (Nota 15).

Puig analiza a final de año los importes recuperables de las inversiones en asociadas y negocios conjuntos. El importe recuperable asociado a los mismos se ha determinado en base a un cálculo del valor en uso utilizando proyecciones de flujo de caja basadas en los planes de negocio elaborados por Puig para los próximos cinco años.

La tasa de crecimiento a perpetuidad utilizada para extrapolar las proyecciones de flujo de caja más allá de los primeros cinco años se ha estimado entre un 2,5% y el 5%.

La tasa de descuento (WACC) antes y después de impuestos y la tasa de crecimiento a largo plazo para los años 2023 y 2022 son las siguientes:

Inversión en asociada	2023			2022		
	Tasa de descuento antes de impuestos	Tasa de descuento después de impuestos	Tasa de crecimiento o a largo plazo	Tasa de descuento antes de impuestos	Tasa de descuento después de impuestos	Tasa de crecimiento o a largo plazo
Sociedad Textil Lonia, S.A.	12,70 %	10,00 %	2,00 %	12,10 %	9,50 %	2,00 %
Ponteland Distribuição, S.A. (Granado)	19,90 %	14,80 %	5,20 %	19,90 %	14,80 %	5,20 %
Isdin, S.A.	12,00 %	9,50 %	3,00 %	11,40 %	8,50 %	2,50 %
Beijing Yitian Shidai Trading Co, LLC (Scent Library)	17,30 %	15,00 %	5,00 %	17,30 %	15,00 %	5,00 %

Análisis de sensibilidad en estimaciones clave

Puig realiza un análisis de sensibilidad del cálculo del deterioro aplicando variaciones razonables a las hipótesis clave consideradas en el cálculo. El análisis de sensibilidad en las estimaciones clave es el siguiente:

- Una variación del +/- 1,50% en la tasa de descuento en las principales inversiones supondría una variación negativa del valor neto contable registrado de 1.493 miles de euros (2022: 1.991 miles de euros) y un impacto positivo de 2.095 miles de euros (2022: 2.174 miles de euros), respectivamente.
- Una variación del +/- 1,00% en la tasa de crecimiento a largo plazo de las principales inversiones supondría una variación positiva del valor neto contable registrado de 1.003 miles de euros (2022: 1.284 miles de euros) y un impacto negativo de 778 miles de euros (2022: 1.050 miles de euros), respectivamente.
- Una variación de +/- 2,00% en las tasas de crecimiento anual compuestas (TCAC o CAGR) de crecimiento de los ingresos supondría una variación positiva del valor neto contable registrado de 4.872 miles de euros (2022: 3.737 miles de euros) y un impacto negativo de 3.227 miles de euros (2022: 22.261 miles de euros), respectivamente.

18. ACTIVOS FINANCIEROS

Los activos financieros se clasifican según se muestra a continuación:

(Miles de euros)	2023	2022
<i>Activos financieros no corrientes</i>		
Inversiones financieras a largo plazo	16.359	14.154
Otros activos no corrientes	131.444	102.615
<i>Activos financieros corrientes</i>		
Clientes y Deudores	484.705	387.936
Otros activos corrientes	186.709	232.059
Total	819.217	736.764

Las inversiones financieras a largo plazo incluyen inversiones en las que Puig no tiene una influencia significativa, por lo tanto, no pueden consolidarse por el método de la participación. Las inversiones financieras son las siguientes:

	% Participación		Cambio de Valor Razonable
	2023	2022	
Wemedia Shopping Network Holdings CO, Limited	6 %	6 %	Patrimonio
Adolfo Dominguez, S.A.	14 %	14 %	Patrimonio
Lanzatech Global, Inc	0,25 %	- %	Patrimonio
La Bouche Rouge, S.A.S.	9 %	9 %	Cuenta Resultados
Seedtag Advertising, S.L.	- %	- %	Cuenta Resultados

A diciembre de 2023, las principales inversiones corresponden a acciones de Adolfo Dominguez, S.A. (cotizada en España), LanzaTech Global, Inc (cotizada en USA) y Wemedia Shopping Network Holdings CO, Limited.

El coste total de estas inversiones asciende a 35.635 miles de euros (2022: 31.033 miles de euros). El importe total de los deterioros a diciembre de 2023 asciende a 19.276 miles de euros (2022: 16.879 miles de euros).

Las altas del ejercicio 2023 corresponden a LanzaTech Global, Inc por importe de 4.602 miles de euros.

En 2022, Puig vendió la participación en Seedtag Advertising, S.L., a un tercero, la plusvalía total ascendió a 22.976 miles de euros, el valor contable de la inversión ascendía a 1.330 miles de euros (Nota 12).

El detalle de "Otros activos no corrientes" del balance consolidado es como sigue:

(Miles de euros)	2023	2022
Depósitos y otros	18.505	41.571
Préstamos concedidos (Nota 28)	98.048	18.966
Activos financieros a valor razonable	14.891	42.078
Total	131.444	102.615

Los "Otros activos no corrientes" no contienen provisiones por deterioro.

Los préstamos concedidos corresponden a préstamos otorgados a empleados. No existen diferencias significativas entre el valor de mercado de los préstamos y su respectivo importe nominal ya que devengan intereses a un tipo de mercado. El incremento en 2023 se atribuye a la emisión de nuevos préstamos concedidos a empleados para la compra de acciones de Puig (Notas 22 y 25).

Los depósitos incluyen las fianzas entregadas a los propietarios de locales comerciales arrendados para garantizar el cumplimiento de las condiciones establecidas en los contratos de arrendamiento (Nota 16).

El epígrafe “Activos financieros a valor razonable” corresponde a derivados de cobertura de tipo de interés (Nota 24).

La totalidad de estos activos se contabiliza por el método del coste amortizado excepto los derivados de cobertura, que se contabilizan a su valor razonable con cambios en otro resultado global.

El desglose de “Clientes y deudores” del estado de situación financiera consolidados 31 de diciembre es como sigue:

(Miles de euros)	2023	2022
Cuentas por cobrar	491.584	402.814
Cuentas por cobrar con partes relacionadas (nota 31)	10.278	3.132
Provisión por deterioro	(17.157)	(18.010)
Total	484.705	387.936

Las cuentas por cobrar incluyen aquellos importes que se espera cobrar en un plazo inferior a un año.

A 31 de diciembre de 2023, Puig ha procedido a cancelar cuentas a cobrar del balance consolidado, por importe de 128 millones de euros (2022: 121 millones de euros), mediante contratos de “factoring sin recurso” firmados con distintas entidades financieras. En consecuencia, los riesgos asociados a dichas cuentas a cobrar han sido traspasados a las respectivas entidades financieras.

A 31 de diciembre, el análisis por vencimientos del epígrafe de “Clientes y deudores” del cuadro anterior es como se detalla a continuación:

(Miles de euros)	Total	Saldos no vencidos	Vendido			
			30-90 días	90-180 días	180-365 días	>365 días
2023	501.862	409.222	65.494	6.840	6.683	13.623
2022	405.946	289.395	85.243	14.189	5.658	11.461

El epígrafe “Clientes y deudores” se presenta neto de la provisión por deterioro. El movimiento de esta provisión es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Provisión a 1 de enero	18.010	17.027
Dotación del ejercicio	5.414	5.898
Aplicación y cancelación del ejercicio	(6.382)	(6.217)
Diferencias de cambio y otros	115	(26)
Combinaciones de negocios	-	1.328
Provisión a 31 de diciembre	17.157	18.010

El saldo de cuentas a cobrar a 31 de diciembre de 2023 incluye partidas en moneda extranjera por un importe de 377 millones de euros (2022: 291 millones de euros).

19. EXISTENCIAS

La composición de las existencias por categorías, neto de la provisión de obsolescencia, es la siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Materias primas	191.066	163.925
Producto en curso	153.010	168.218
Producto acabado	561.148	385.264
Existencias brutas	905.224	717.407
Provisiones	(116.358)	(91.074)
Existencias netas	788,866	626,333

(Miles de euros)	2.023	2.022
Provisión a 1 de enero	91.074	72.011
Dotación del ejercicio	50.170	25.079
Aplicación y cancelación del ejercicio	(25.227)	(24.049)
Diferencias de cambio y otros	341	3.528
Combinaciones de negocios	-	14.505
Provisión a 31 de diciembre	116.358	91.074

Las provisiones se refieren principalmente a existencias obsoletas y productos de lenta rotación.

Puig incorpora pólizas de seguro para la cobertura de posibles riesgos de daños materiales a las que están sujetas las mercancías.

20. OTROS ACTIVOS CORRIENTES

El detalle del epígrafe “Otros activos corrientes” es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Gastos anticipados	48.010	52.670
Hacienda Pública deudora por impuestos (Nota 13)	85.623	51.500
Préstamos concedidos a partes vinculadas (Nota 31)	203	90.281
Activos financieros ajustados a valor razonable (Nota 24)	3.095	—
Otros activos financieros con partes vinculadas (Nota 31)	13.884	16.545
Otras cuentas a cobrar	35.894	21.063
Total	186.709	232.059

El epígrafe “Gastos anticipados” corresponde a saldos generados por la actividad ordinaria de Puig, principalmente gastos de publicidad.

El epígrafe de “Préstamos concedidos a partes vinculadas” recoge los préstamos concedidos a partes vinculadas que devengan un tipo de interés de mercado. Durante el año 2023 se han liquidado préstamos significativos con partes relacionadas (Nota 22).

“Otras cuentas por cobrar” incluyen reembolsos relacionados con descuentos, royalties por cobrar y otros.

El epígrafe “Activos financieros ajustados a valor razonable” incluye principalmente derivados de cobertura de valor razonable de moneda extranjera (Nota 24). El desglose al 31 de diciembre del mismo es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Derivado de coberturas moneda extranjera (transacciones)	2.305	—
Derivado de coberturas moneda extranjera (préstamos)	790	—
	3.095	—

21. TESORERÍA Y EQUIVALENTES

El epígrafe de tesorería incluye efectivo en caja y bancos y depósitos a corto plazo a menos de 3 meses:

(Miles de euros)	2023	2022
Efectivo en caja y bancos	563.770	368.637
Equivalentes de efectivo	289.131	341.413
Total	852.901	710.050

Los saldos de “efectivo en caja y bancos” incluyen los importes asociados a las cuentas corrientes a la vista en entidades bancarias de libre disposición y que no se encuentran afectas a contratos de garantía.

El epígrafe “Equivalentes de efectivo” recoge el importe de los depósitos constituidos en distintas entidades financieras cuyo vencimiento es inferior a 3 meses.

22. PATRIMONIO NETO

Capital social

A 31 de diciembre de 2023, el capital social de Puig Brands ascendía a 144.000 miles de euros y estaba compuesto por 475.000.000 Acciones Clase A de 0,30 euros de valor nominal cada una y 25.000.000 Acciones Clase B de 0,06 euros de valor nominal cada una.

Cada una de las Acciones Clase A confiere cinco (5) votos y cada una de las Acciones Clase B confiere un (1) voto.

Aparte de la diferencia en el número de votos, el menor valor nominal de las Acciones Clase B y el derecho de las Acciones Clase A a convertirse en Acciones Clase B, cada Acción Clase B confiere los mismos derechos, incluido el derecho a recibir dividendos (en las mismas cantidades) y otras distribuciones declaradas, realizadas o pagadas sobre el capital social de Puig) que las Acciones Clase A.

El 20 de marzo de 2023, Puig Brands ha llevado a cabo una ampliación de capital social por importe de 29.300 miles de euros con cargo a prima de emisión. El capital social fue elevado a 144.000.000 de euros, dividido en 320.000 acciones ordinarias de 450 euros nominales cada una. En la misma fecha, tras la ampliación de capital, Puig Brands redujo el valor nominal de las acciones ordinarias (split) y creó 475.000.000 Acciones Clase A de 0,30 euros de valor nominal cada una y 25.000.000 Acciones Clase B de 0,06 euros de valor nominal cada una.

A 31 de diciembre de 2022, el capital social de Puig Brands ascendía a 114.700 miles de euros y estaba formado por 254.889 acciones de 450 euros de valor nominal cada una.

Tal y como se describe en la Nota 1, en 2022 Puig Brands amplió su capital, mediante una aportación no dineraria suscrita por el Accionista Único (Puig, S.L.) por importe de 2.321.369 miles de euros (110.497 miles de euros de capital social y 2.210.872 miles de euros de prima de emisión). Las ampliaciones de capital consistieron en 245.549 nuevas acciones de 450 euros de valor nominal cada una.

El detalle de los accionistas y su participación en el capital social al 31 de diciembre de 2023 y 2022 es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Puig, S.L.	95,8 %	100 %
Acciones propias	1,3 %	— %
Otros	2,9 %	— %
Total	100 %	100 %

Acciones propias

En mayo de 2023, Puig Brands adquirió 21.000.000 de sus acciones a su accionista único, Puig, S.L., por un importe total de 344.775 miles de euros.

Durante 2023, Puig Brands entregó 4.131.338 acciones propias a empleados a cambio de 44.112 acciones de Puig Gest, S.A. y 950.406 participaciones de Puig, S.L. (véase Nota 22 “Reservas”) en poder de empleados como parte del plan de derechos de apreciación de acciones (SAR) como se describe en la Nota 25 (en adelante, el “Intercambio de Acciones”).

Además, en 2023, Puig entregó 10.418.035 acciones a empleados (plan SARs 2015-2018 y 2021-2023, Nota 25) y miembros del Consejo.

La citada adquisición de 21.000.000 acciones propias (344.775 miles de euros) ha sido liquidada a Puig, S.L. de la siguiente manera: efectivo por importe de 108.392 miles de euros, cancelación de préstamos con partes vinculadas por 92.863 miles de euros y compensación de cuentas por cobrar vinculadas por la venta de participaciones Puig, S.L. y acciones de Puig, Gest, S.A. (véase Nota 22 “otras reservas”, 25 y 32) por importe de 143.520 miles de euros.

Las acciones propias de Puig Brands, S.A. entregadas en 2023 tienen opciones de compra y venta cruzadas para su recompra, siendo Puig el obligado de estos contratos. Los compromisos para esta recompra se han contabilizado a su valor razonable en el epígrafe “Provisiones y otros pasivos” del pasivo a largo plazo por importe de 238.868 miles de euros (Nota 25).

A diciembre de 2023, Puig Brands posee 6.450.627 acciones propias por importe de 105.907 miles de euros.

Reservas no distribuibles

El total de reservas no distribuibles asciende a 29.839 miles de euros a 31 de diciembre de 2023 (25.945 miles de euros a 31 de diciembre de 2022).

Reservas por valoración de activos y pasivos no realizados

Esta reserva incluye fundamentalmente el valor razonable al cierre del ejercicio de los contratos de cobertura sobre transacciones futuras en moneda extranjera.

Aplicación del resultado de Puig Brands, S.A.

La propuesta de distribución del resultado del ejercicio 2023, formulada por los Administradores y que se espera sea aprobada por la Junta General de Accionistas, es la siguiente:

(Miles de euros)	2023
Saldo de la cuenta de pérdidas y ganancias (beneficio)	279.924
Aplicación	
Dividendo a cuenta	80.000
Otras reservas	199.924
Total	279.924

Dividendos

En el ejercicio 2023 la Sociedad dominante ha realizado distribuciones de dividendos a sus accionistas por importe de 160.000 miles de euros. Estos dividendos estaban compuestos por 80.000 miles de euros procedentes de los resultados del ejercicio anterior y 80.000 miles de euros procedentes de un dividendo a cuenta de los resultados del ejercicio 2023. En el ejercicio 2022 los dividendos ascendieron a 110 millones de euros, y fueron abonados a los socios de Puig, S.L.

El dividendo a cuenta fue aprobado por el Consejo de Administración, considerando los resultados previstos para el ejercicio 2023. El importe del dividendo se sitúa por debajo del límite máximo establecido por la legislación vigente, referido a los resultados distribuibles de Puig Brands, S.A. desde el cierre del último ejercicio fiscal.

(Miles de euros)	2023
Resultado en el periodo finalizado a 25 de abril de 2023	89.100
Aplicación de la reserva legal	(8.910)
	80.190

El estado de liquidez provisional elaborado por el Consejo de Administración, que demuestra la existencia de liquidez suficiente para la distribución del dividendo a cuenta, es el siguiente:

(Miles de euros)	2.023
Tesorería y equivalentes disponibles a 31 de mayo de 2023	45.754
Pagos estimados del 1 de abril al 31 de mayo 2023	(2.966)
Cobros estimados del 1 de abril al 31 de mayo 2023	85.000
Tesorería y equivalentes estimados antes de dividendo a cuenta	127.788
Pago de dividendo a cuenta	(80.000)
Tesorería y equivalentes después de dividendo a cuenta	47.788

Diferencias de conversión

Las monedas con mayor impacto en diferencias de conversión son las siguientes:

(Miles de euros)	2.023	2.022
Real brasileño	(60.284)	(67.636)
Libra esterlina	24.709	26.442
Peso argentino	(40.822)	(24.055)
Dólar estadounidense	(5.389)	3.141
Rupia india	(10.712)	(8.536)
Otros	(14.557)	(7.258)
	(107.055)	(77.902)

Reservas

Tal y como se detalla en el apartado “Acciones propias”, en 2023 el Canje de Acciones implicó la adquisición de participaciones de Puig, S.L. y acciones de Puig Gest, S.A. (en poder de empleados de Puig con opciones de compra y venta) por Puig Brands, S.A. a cambio de acciones propias. Adicionalmente, en 2023 Puig Brands, S.A. vendió dichas participaciones y acciones adquiridas (Puig, S.L. y Puig Gest, S.A.) a Puig, S.L.

Los contratos de opciones de compra y venta de participaciones de Puig S.L. y las acciones de Puig Gest, S.A. fueron firmadas, en el momento de la adquisición de las acciones, por los accionistas de Puig Brands, S.A. y los beneficiarios acordando una fórmula ligada a la evolución de Puig para determinar el precio de las acciones. El precio pactado de las acciones (según los contratos de opción de compra y venta) en el momento del Canje de Acciones realizado por Puig Brands, S.A. fue de 68.134 miles de euros.

Tras la adquisición de las participaciones de Puig, S.L. y las acciones de Puig Gest, S.A., Puig Brands, S.A. ha vendido a Puig, S.L. las acciones adquiridas a su valor razonable por importe de 148.734 miles de euros.

Como se ha mencionado anteriormente, las opciones de venta y venta fueron acuerdos firmados por los beneficiarios y los accionistas de Puig Brands, pero en 2023, en el contexto de la reorganización interna (Nota 1), los accionistas de Puig Brands han acordado transferir los derechos de estos acuerdos a Puig Brands. En consecuencia, la diferencia de valoración entre la adquisición (vinculada a una fórmula según los contratos de compra y venta) y su valor razonable, se ha contabilizado como aportación de los accionistas por importe de 80.601 miles de euros.

Se ha contabilizado en reservas el impacto de los compromisos de recompra de acciones propias por importe de 238.868 miles de euros (apartado “Acciones propias”).

En los ejercicios 2023 y 2022 el impacto en reservas por las opciones de compra y venta de acuerdo con NIIF 10 ha ascendido a 1.542 miles de euros, (410.085) miles de euros (nota 26). Adicionalmente, se ha reclasificado el resultado de las sociedades con participación minoritaria mencionadas anteriormente desde socios minoritarios a reservas con un impacto positivo adicional por importe de 11.265 en 2023 (2022: (9.944) miles de euros).

En 2023, Puig ha adquirido la participación minoritaria restante de Dries Van Noten, teniendo un impacto negativo en las reservas de 4.840 miles de euros.

En 2022, Puig adquirió una participación minoritaria en Puig Arabia Limited (anteriormente Al Farida International Beauty Ltd CO.) teniendo un impacto negativo en reservas de 7.989 miles de euros.

Accionistas minoritarios

El movimiento de los socios externos a 31 de diciembre fue el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Saldo al inicio de ejercicio	6.748	8.068
Resultado atribuible a accionistas minoritarios	34.467	13.033
Dividendos pagados	(21.323)	(22.005)
Altas y bajas de perímetro	(198)	(2.292)
Combinaciones de negocios	-	428.915
Reclasificaciones de opciones put & calls	-	(428.915)
Reclasificación de intereses minoritarios	(10.391)	9.944
Saldo al final del ejercicio	9.303	6.748

“Combinaciones de negocios” en 2022, se refieren a los intereses minoritarios registrados a la fecha de la combinación de negocios (nota 4).

Para el porcentaje de acciones sobre las que Puig tiene opción de compra y venta, no se registran accionistas minoritarios al final del periodo. En este sentido, se reconoce un pasivo a valor razonable cada 31 de diciembre equivalente al compromiso de compra de minoritarios (Nota 25). En consecuencia, el interés minoritario se reclasifica de “Accionistas minoritarios” a “Reservas”.

Las altas y bajas de perímetro en 2023 hacen referencia con la reclasificación del resultado atribuible a Dries Van Noten. Puig tenía una opción de compra y venta cruzada que ha sido ejecutada en 2023 (nota 25).

En 2022 las altas y bajas del perímetro hacían referencia con la adquisición de las acciones del interés minoritario de Puig Arabia Limited (anteriormente denominada Al Farida International Beauty Ltd CO.)

Las sociedades en las que Puig tiene participaciones minoritarias se incluyen en el Anexo I.

23. DEUDAS CON ENTIDADES DE CRÉDITO

El desglose de las deudas a corto y largo plazo a 31 de diciembre de 2023 y 31 de diciembre de 2022 es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
<u>Corriente</u>		
Porción a corto plazo de la deuda a largo plazo	283.861	128.046
Pólizas de crédito y otras deudas a corto plazo	74.510	48.955
Total	358.371	177.001
<u>No corriente</u>		
Deudas a largo plazo	1.788.846	1.662.311
Total	1.788.846	1.662.311

El movimiento de la deuda con entidades de crédito es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Saldo al inicio de ejercicio	1.839.312	972.593
Combinaciones de negocios	—	7.310
Gastos financieros	54.364	29.968
Emisión de préstamos bancarios	429.780	993.102
Devolución de préstamos bancarios	(175.307)	(164.421)
Diferencias de conversión	(932)	760
Saldo al cierre de ejercicio	2.147.217	1.839.312

A 31 de diciembre de 2023, la deuda sujeta a tipos de interés variables sin cobertura de tipo de interés ascendía a 294 millones de euros (2022: 274 millones de euros). Puig firmó swaps de tipos de interés que cubren la totalidad del resto de préstamos sujetos a tipos de interés variables, que ascienden a 981 millones de euros a 31 de diciembre de 2023 (2022: 723 millones de euros). La deuda sujeta a tipo de interés fijo ascendió a 872 millones de euros (2022: 842 millones de euros).

En junio de 2023, Puig Brands ha contratado nuevos préstamos de financiación por importe de 400 millones de euros con diferentes entidades financieras con vencimientos entre 2026 y 2027. De los nuevos préstamos, 100 millones de euros están sujetos a un tipo de interés fijo de mercado, y 300 millones de euros están sujetos a a tipo de interés variable, que están totalmente cubiertos mediante swaps de tipos de interés.

En mayo de 2022, Puig Brands contrató préstamos de financiación adicionales por importe de 950 millones de euros. Todos estos préstamos vencen en 2027 y devengan intereses a tipo de mercado.

El detalle de los vencimientos es como sigue:

(Miles de euros)	2023	2022
2023	-	177.001
2024	358.371	283.291
2025	510.068	492.719
2026	596.772	503.525
2027 y años posteriores	682.006	382.776
Total	2.147.217	1.839.312

El detalle de los vencimientos brutos y la estimación de intereses es como sigue:

(Miles de euros)	2023	2022
2023	-	215.706
2024	412.653	316.395
2025	552.677	519.542
2026	627.627	520.780
2027 y años posteriores	698.461	390.274
Total	2.291.418	1.962.697

Al 31 de diciembre de 2023 y 2022 la Compañía no tenía préstamos bancarios garantizados con colaterales o garantías.

A 31 de diciembre de 2023 el importe total no utilizado de las líneas de crédito asciende a 230 millones de euros (2022: 158 millones de euros).

A cierre de ejercicio, los préstamos estaban concedidos en las siguientes monedas:

(Miles de euros)	Tasa de interés efectiva %	2023	2022
Euros	0.4%-6.8%	2.048.673	1.770.744
Otras monedas	3.6%-17.1% (*)	98.544	68.568
Total		2.147.217	1.839.312

*Excluyendo tasas de intereses efectiva de economías hiperinflacionarias (Argentina)

La tasa de interés efectiva incorpora tanto las tasas de interés de los préstamos bancarios como las de las líneas de crédito.

Es importante destacar que la mayor parte de estos fondos en euros están concedidos a Puig Brands, S.A. (la sociedad holding), por un importe de 2.024.461 miles de euros (2022: 1.738.000 miles de euros). Los tipos de interés efectivos, considerando los swaps de tipos de interés, sobre los importes concedidos fueron del 2,3% (2022: 1,5%).

La mayor parte de la deuda financiera está sujeta anualmente al cumplimiento de un ratio financiero basado en el EBITDA y la deuda financiera neta (pre NIIF 16). A diciembre de 2023 y 2022, Puig cumplió con el requisito de ratio financiero.

24. INSTRUMENTOS FINANCIEROS DE COBERTURA

Durante 2023, Puig continuó utilizando derivados para limitar los riesgos de tipo de interés y de moneda extranjera en posiciones que de otro modo no estarían cubiertas y para adaptar su estructura de deuda a las condiciones del mercado. Estos instrumentos financieros han sido clasificados en la categoría de medición de Nivel 2.

A 31 de diciembre de 2023 las sociedades del Grupo tienen formalizados y vigentes los siguientes contratos de cobertura de tipo de cambio:

Descripción	Notional	Vencimiento	Reconocido en Patrimonio Neto	Reconocido en Resultados	Total
AUD/EUR	(42.100)	Enero 2024 - Febrero 2025	(531)	80	(451)
BRL/EUR	(179.200)	Marzo 2024 - Febrero 2025	91	—	91
CAD/EUR	(17.900)	Enero 2024 - Febrero 2025	(169)	13	(156)
CLP/EUR	(22.280.100)	Marzo 2024 - Febrero 2025	254	—	254
GBP/EUR	(92.600)	Enero 2024 - Enero 2025	(664)	(165)	(829)
MXN/EUR	(873.000)	Enero 2024 - Febrero 2025	(449)	(1.473)	(1.922)
PEN/EUR	(33.777)	Enero 2024 - Febrero 2025	26	(23)	3
RUB/EUR	(485.000)	Enero 2024 - Abril 2024	(154)	252	98
USD/EUR	(335.100)	Enero 2024 - Febrero 2025	3.875	1.342	5.217
Total a 31 de diciembre de 2023			2.279	26	2.305

A 31 de diciembre de 2022 las sociedades del Grupo tienen formalizados y vigentes los siguientes contratos de cobertura de tipo de cambio:

Descripción	Notional	Vencimiento	Reconocido en Patrimonio Neto	Reconocido en Resultados	Total
AUD/EUR	(17.850)	Enero 2023 - Febrero 2024	52	—	52
BRL/EUR	(198.600)	Marzo 2023 - Septiembre 2023	341	—	341
CAD/EUR	(10.800)	Marzo 2023 - Febrero 2024	196	—	196
CLP/EUR	(21.433.700)	Marzo 2023 - Noviembre 2023	(1.109)	—	(1.109)
GBP/EUR	(76.179)	Enero 2023 - Enero 2024	1.374	25	1.399
MXN/EUR	(629.400)	Marzo 2023 - Febrero 2024	375	—	375
PEN/EUR	(27.200)	Marzo 2023 - Febrero 2024	80	—	80
RUB/EUR	(929.700)	Marzo 2023 - Febrero 2024	1.267	—	1.267
SGD/EUR	750	Enero 2023	1	—	1
USD/EUR	(372.021)	Enero 2023 - Julio 2024	(3.944)	(924)	(4.857)
Total a 31 de diciembre de 2022			(1.367)	(899)	(2.265)

Las operaciones de cobertura de tipo de interés se han realizado mediante la formalización de contratos swaps para el intercambio de tipos de interés variables por tipos de interés fijos.

A 31 de diciembre de 2023 y 2022 Puig tiene formalizados los siguientes contratos de cobertura de tipo de interés:

Moneda	Nocional 0,00	Vencimiento	Reconocido en patrimonio	Reconocido en pérdidas y ganancias	Total
EUR	123.000	Mayo 2025	4.191	–	4.191
EUR	58.000	Mayo 2025	2.209	–	2.209
EUR	30.000	Diciembre 2025	1.169	–	1.169
EUR	70.000	Junio 2026	2.656	–	2.656
EUR	50.000	Junio 2026	2.279	–	2.279
EUR	50.000	Junio 2026	(1.105)	–	(1.105)
EUR	50.000	Junio 2026	(1.067)	–	(1.067)
EUR	150.000	Mayo 2027	4.480	–	4.480
EUR	200.000	Mayo 2027	5.973	–	5.973
EUR	150.000	Junio 2027	(4.435)	–	(4.435)
EUR	50.000	Junio 2027	(1.459)	–	(1.459)
EUR	981.000		14.891	–	14.891

Moneda	Nocional 0,00	Vencimiento	Reconocido en patrimonio	Reconocido en pérdidas y ganancias	Total
EUR	138.000	Mayo 2025	7.229	–	7.229
EUR	65.000	Mayo 2025	3.985	–	3.985
EUR	30.000	Diciembre 2025	2.080	–	2.080
EUR	90.000	Junio 2026	4.876	–	4.876
EUR	50.000	Junio 2026	3.921	–	3.921
EUR	150.000	Mayo 2027	8.566	–	8.566
EUR	200.000	Mayo 2027	11.421	–	11.421
EUR	723.000		42.078	–	42.078

De los análisis de eficacia realizados por los administradores, Puig ha concluido que las operaciones de cobertura de tipos de cambio y de interés son completamente eficaces.

Adicionalmente, Puig tiene a 31 de diciembre de 2023 y 2022 Puig tiene formalizados los siguientes contratos de cobertura de tipo de cambio para cubrir préstamos formalizados en divisa:

Descripción	Notional	Vencimiento	Reconocido en patrimonio	Reconocido en pérdidas y ganancias	Total
USD	(62.646)	Enero 2024	—	271	271
CAD	(5.800)	Enero 2024	—	32	32
GBP	32.745	Enero 2024 - Diciembre 2024	—	236	236
TWD	62.457	Enero 2024	—	(13)	(13)
SGD	8.000	Enero 2024	—	19	19
JPY	72.000	Enero 2024	—	1	1
CHF	(5.000)	Enero 2024	—	145	145
MXN	(200.000)	Enero 2024	—	99	99
Total a 31 de Diciembre de 2023			—	790	790

Descripción	Notional	Vencimiento	Reconocido en patrimonio	Reconocido en pérdidas y ganancias	Total
USD	24.193	Enero 2023	—	(657)	(657)
CAD	(6.816)	Enero 2023	—	9	9
GBP	29.262	Enero - Septiembre 2023	—	(970)	(970)
TWD	50.765	Enero 2023	—	31	31
CHF	(4.600)	Enero 2023	—	(12)	(12)
Total a 31 de Diciembre de 2022			—	(1.599)	(1.599)

25. PROVISIONES, CONTINGENCIAS Y OTROS PASIVOS

El detalle y movimiento del epígrafe de provisiones y otros pasivos, excepto por los pasivos por arrendamiento a largo plazo por importe de 255.561 miles de euros (208.698 en el ejercicio 2022) (Nota 16), es como sigue:

(Miles de euros)	Pasivos por combinaciones de negocios	Planes de retribución a largo plazo	Compromisos acciones propias	Planes de pensiones	Otros	Total
Saldo a 1 de enero de 2022	1.570.935	45.145	-	9.304	51.642	1.677.026
Altas del ejercicio con cargo a resultados	31.227	62.915	-	708	1.071	95.921
Altas del ejercicio con cargo en patrimonio neto	410.085	-	-	-	-	410.085
Utilizado	-	(1.390)	-	(1.664)	(20.706)	(23.760)
Diferencias de conversión	(101.460)	1.484	-	17	4.904	(95.055)
Combinaciones de negocios	472.221	21	-	118	615	472.975
Reclasificaciones y otros	-	-	-	-	8.051	8.051
Saldo a 31 de diciembre de 2022	2.383.008	108.175	-	8.483	45.577	2.545.243
Saldo a 1 de enero de 2023	2.383.008	108.175	-	8.483	45.577	2.545.243
Altas del ejercicio con cargo a resultados	6.201	46.143	-	713	16.388	69.445
Altas del ejercicio con cargo en patrimonio neto	1.542	-	238.868	-	-	240.410
Utilizado	(47.060)	(92.268)	-	(446)	(10.891)	(150.665)
Diferencias de conversión	40.980	(764)	-	(1)	442	40.657
Combinaciones de negocios	-	-	-	-	-	-
Reclasificaciones y otros	(207.006)	(7.263)	-	(421)	(26.355)	(241.045)
Saldo a 31 de diciembre de 2023	2.177.665	54.023	238.868	8.328	25.161	2.504.045

Pasivos por combinaciones de negocios

En la mayoría de combinaciones de negocios, cuando Puig adquiere una empresa, mantiene a los anteriores accionistas con una participación minoritaria. De esta manera, el vendedor/fundador permanece vinculado y comprometido con el éxito continuo de la marca.

En el momento de la adquisición, la Compañía puede firmar acuerdos de opción de compra y venta que otorguen el derecho u obligación de comprar la participación minoritaria del vendedor/fundador en ciertas fechas específicas y a precios calculados en base a un múltiplo inicialmente acordado vinculado al desempeño del negocio. Este es el caso de las recientes adquisiciones de Byredo, Loto del Sur y Kama Ayurveda, así como de adquisiciones de años anteriores como Charlotte Tilbury y Dries Van Noten.

Estas opciones han sido registradas como pasivos de acuerdo con la NIIF 10 y valoradas a su valor razonable en cada período sobre el que se informa, registrándose los cambios en el valor razonable contra patrimonio.

En el momento en que se ejerzan las opciones, la Compañía deberá realizar pagos a los vendedores/fundadores de la marca por los importes acordados según valoración.

Las opciones de venta y compra que se incluyen en el balance están relacionadas con los siguientes acuerdos:

En 2018 se adquirió el 70% de Dries Van Noten. El acuerdo de compra incluía opciones de compra y venta correspondiente al porcentaje de participación del accionista minoritario. Estas opciones se valoraron según un parámetro múltiplo del desempeño esperado. Esta opción de compra y venta se ha ejecutado y liquidado en diciembre de 2023.

En 2020, la Compañía adquirió el 73,11% de Charlotte Tilbury a través de Prado Investments, Ltd., en la que Puig Brands tiene una participación del 76,40%. El acuerdo de compra incluye opciones de compra y venta correspondientes al porcentaje de participación del accionista minoritario. Dichas opciones se valoran en base a un múltiplo de los ingresos netos (ajustados por la rentabilidad del negocio) que se ajusta según el resultado esperado al cierre de cada año, respecto al plan inicial, hasta el vencimiento de las opciones de venta y compra, garantizando un precio mínimo. Estas opciones tienen diferentes ventanas entre los ejercicios 2024 y 2030. A 31 de diciembre de 2023, la reclasificación en este epígrafe, por importe de 207 millones de euros, corresponde a la opción de compra de Charlotte Tilbury ejercitable en 2024 (Nota 27).

En 2022, como parte de las combinaciones de negocios, Puig acordó opciones de compra y venta relacionadas con las adquisiciones de Byredo, Kama Ayurveda y Loto del Sur (Nota 4).

En 2023 y 2022, el aumento de los pasivos vinculados a los acuerdos de opciones de compra y venta (en vigor en ese momento) se debe al cambio de las proyecciones esperadas del negocio al que están vinculados estos pasivos. El factor de descuento y el tipo de cambio también incidieron en las variaciones. En 2022, adicionalmente a lo anterior, se produjo un incremento del pasivo debido a las altas por combinaciones de negocios realizadas durante el ejercicio (Nota 4).

Además de las opciones de compra y venta mencionadas anteriormente, Puig incluye en este epígrafe pasivos por contraprestaciones variables (earn-out) derivados de determinadas combinaciones de negocios. A 31 de diciembre de 2023, el saldo correspondiente a estos pasivos ascienden a 186 millones de euros (2022: 177 millones de euros).

El aumento de estas contraprestaciones variables (earn out) en 2023 y 2022 se debe principalmente al cambio en las proyecciones del negocio al que están vinculados estos pasivos, al cambio de la WACC y el tipo de cambio. Adicionalmente, el pasivo del ejercicio 2022 se incrementó debido a las combinaciones de negocios realizadas durante el ejercicio por importe de 43 millones de euros (Nota 4).

Los importes reconocidos como pasivos en el balance de situación consolidado han sido descontados utilizando el coste de capital medio ponderado ("WACC") de cada negocio (Nota 15).

Estos pasivos han sido clasificados en la categoría Nivel 3. Puig realiza un análisis de sensibilidad de estos pasivos aplicando variaciones razonables a las hipótesis clave consideradas en el cálculo.

- Una variación del +/- 2% en la CAGR del principal indicador de negocio al que está vinculada la valoración del pasivo impactaría en el pasivo reconocido en el balance a 31 de diciembre de 2023, resultando un incremento de 164 millones de euros o una disminución de 152 millones de euros (2022: aumento de 204 millones de euros o disminución de 188 millones de euros).
- Una variación de +/- 1,5% en la tasa de descuento afectaría al pasivo reconocido en el balance a 31 de diciembre de 2023, lo que supondría una disminución de 86 millones de euros o un aumento de 53 millones de euros (2022: aumento de 84 millones euros o disminución de 79 millones de euros).

Las opciones de compra y venta mencionadas anteriormente se pueden ejercer durante un período de tiempo determinado.

A 31 de diciembre, el vencimiento de estos pasivos era el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Deuda con vencimiento entre 1 y 3 años	1.125.074	259.000
Deuda con vencimiento entre 3 y 5 años	325.296	1.169.978
Deuda con vencimiento posterior a 5 años	727.295	954.030
	2.177.665	2.383.008

Planes de retribución a largo plazo

A algunos empleados se les conceden planes de retribución basados en instrumentos de patrimonio (share appreciation rights o "SARs").

Las principales características de los planes de pagos basados en acciones son:

- Plan 2021 – 2023

El plan 2021-2023 se compone de tres entregas ("grants") anuales diferentes con un período de adquisición de derechos de 3 a 5 años entre 2021 y 2025. El empleado devenga el derecho de recibir acciones en función del tiempo en que presta servicios a Puig ("time-based") y el desempeño del negocio subyacente. Inicialmente las acciones subyacentes de los SARs estaban basadas en acciones de Puig, S.L. y Puig Gest, S.A. Como parte del Canje de Acciones que se describe en párrafos posteriores, los beneficiarios han acordado en 2023 canjear las acciones subyacentes del plan por acciones de Puig Brands, S.A.

La valoración del plan se calcula en base al valor de los derechos de revalorización de las acciones, el cual se calcula en base a una valoración independiente (medición del valor razonable de nivel 3). La valoración del plan es la diferencia entre el valor de las acciones en la fecha de concesión y la valoración esperada de las acciones al final del período de consolidación.

Una vez que las acciones se confieren, el beneficiario tiene la opción de recibir una liquidación en efectivo, adquirir las acciones o recibir acciones gratuitas netas de impuestos.

Si los beneficiarios optan por adquirir las acciones o recibir acciones gratuitas (precio de adquisición fijado en función del valor de los derechos de revalorización de las acciones en la fecha concedida), se concede a Puig una opción de compra (call option) para volver a adquirir las acciones en cualquier momento a partir de 2030 al valor razonable de las acciones en la fecha en que se ejecutará la opción de compra. Simultáneamente a la concesión de la call option, se concede una opción de venta (put option) al beneficiario una vez adquiridas las acciones, lo que permite a los beneficiarios ejercerlas en cualquier momento desde la adquisición hasta 2030, excepto en el período de bloqueo (lock up period) Tal obligación la ostenta la sociedad que otorgó las acciones.

- Plan 2021

Puig concedió a algunos empleados un plan de incentivos que se consolida durante cinco años (2021-2025). Las condiciones de adquisición de derechos se basan en condiciones de objetivos de negocio y de tiempo.

El valor del plan se basa en la revalorización de las acciones de una filial de Puig, siendo la diferencia entre el valor de las acciones concedidas al inicio del plan y el valor de las acciones esperado al final del periodo de consolidación por encima de un cierto umbral. La valoración de las acciones adquiridas se calcula sobre la base de una fórmula vinculada a la evolución del negocio (medición del valor razonable de nivel 3).

En la fecha de concesión, los beneficiarios eligen entre dos tipos de liquidación:

- Liquidación en efectivo
- Adquisición de las acciones sobre la base de su valor nominal. Una vez adquiridas, se concede a Puig una opción de compra ("call" option) para volver a adquirir las acciones entre 2026 y 2029 a un precio calculado en función de la creación de valor por encima de un determinado umbral. Además, se otorga una put option una vez adquiridas las acciones que permitirá a los beneficiarios ejecutarlas entre 2026 y 2029.

- Plan 2015-2018

Entre 2015 y 2018, Puig otorgó a algunos empleados de Puig derechos de revalorización de las participaciones de Puig, S.L. y acciones de Puig Gest, S.A. (ambas sociedades son directa/indirectamente accionistas de Puig, Brands, S.A.).

La mayoría de acciones ya estaban adquiridas el 1 de enero de 2021, excepto un grant que comenzó a adquirir derechos en esa fecha. Una vez conferidas las acciones, los beneficiarios tenían la opción de adquirir las acciones o solicitar la liquidación en efectivo. Inicialmente las acciones subyacentes del SAR estaban basadas en acciones de Puig Gest, S.A. Como parte del Canje de Acciones que se describe a continuación, los beneficiarios han acordado en 2023 canjear las acciones subyacentes del plan por acciones de Puig Brands, S.A.

Para los beneficiarios que optaron por adquirir las acciones (a un precio fijo), se otorgó una call option para volver a adquirir las acciones entre 2025 y 2040 a un valor basado en una fórmula vinculada a los indicadores de negocio en la fecha en que se cancelará la opción. Además, se otorgó una put option para ejecutarse entre 2024-2028 con el mismo método de valoración. Estos acuerdos fueron firmados con las sociedades que entregaron las acciones a los beneficiarios (Nota 22 “Reservas”).

El detalle de los planes de retribución basados en derechos de apreciación de acciones a 31 de diciembre es el siguiente:

Número de Derechos SARs	Pendiente a 1 de enero de 2022	Concedidas	Renunciadas	Devengadas	Pendiente a 31 de diciembre de 2022	Ejercitable a 31 de diciembre de 2022	Transferido a 31 de diciembre de 2022
Plan 2015 – 2018 (*)	40.494	—	—	—	40.494	—	—
Plan 2021 (**)	20.255.400	3.484.800	(2.376.000)	(1.350.360)	20.013.200	348.480	1.001.880
Plan 2021-2023 (*)	1.901.548	—	—	—	1.901.548	—	—

Número de Derechos SARs	Pendiente a 1 de enero de 2023	Concedidas	Renunciadas	Devengadas	Pendiente a 31 de diciembre de 2023	Ejercitable a 31 de diciembre de 2023	Transferido a 31 de diciembre de 2023	Intercambiado	Transferido intercambiado a 31 de diciembre de 2023
Plan 2015 – 2018 (*)	40.494	-	-	40.494	-	-	40.494	(1.026.351)	4.853.644
Plan 2021 (**)	2.013.200	1.564.200	(338.800)	(734.324)	20.504.365	601.224	1.483.460	-	-
Plan 2021-2023 (*)	1.901.548	-	-	1.901.548	-	-	1.901.548	(1.901.548)	8.661.171

(*) Para el plan 2015-2018, en 2023 se han canjeado acciones de Puig Brands, S.A. por participaciones de Puig, S.L. y acciones de Puig, Gest, S.A. en poder de los beneficiarios de Puig se refieren a la Nota 22 “reservas”. Para el plan 2021-2023, las acciones subyacentes del SAR estaban basadas en acciones de Puig Gest, S.A.. Como parte del Canje de Acciones descrito, los beneficiarios han acordado, en 2023, canjear las acciones subyacentes del plan por acciones de Puig Brands, S.A. .

(**) Los SAR relacionados con el plan son para una filial de Puig.

Los SAR ejercitables incluyen acciones ya conferidas por los empleados pero no ejecutadas.

Los SAR entregados incluyen acciones adquiridas por los empleados cuando existen opciones de compra y venta entre el empleado y Puig.

En 2023, tanto el grant del plan 2015-2018 (en periodo de devengo) como el plan 2021-2023 han sido devengados antes de las fechas previstas de consolidación de los planes (finales de 2023, 2024 y 2025 en función de la adhesión) al haber alcanzado los objetivos de manera anticipada. Estos planes estaban sujetos a la revalorización de las participaciones de Puig, S.L. y las acciones Puig Gest, S.A. En 2023 se ha acordado el canje de las acciones subyacentes (108.144 acciones de Puig Gest, S.A. y 1.833.898 participaciones de Puig, S.L.) por 9.696.505 acciones de Puig Brands, S.A. (valoradas en 16,42 euros por acción) manteniendo el mismo valor del plan para cada uno de los beneficiarios.

Las participaciones de Puig, S.L. y las acciones Puig Gest, S.A. (950.406 y 38.046 respectivamente) correspondientes a los grants ya devengados plan 2015-2018 fueron adquiridas por los empleados a accionistas directos o indirectos de Puig. Se acordaron opciones de compra y venta sobre estas acciones. En 2023 los accionistas han transferido el derecho a adquirir las acciones a Puig (Nota 22 "Reservas"). En 2023, Puig ha canjeado estas acciones ("Canje de Acciones") por 4.004.074 acciones de Puig Brands, S.A. (valoradas en 16,42 euros por acción) manteniendo el mismo valor del plan para cada uno de los beneficiarios.

En consecuencia, a 31 de diciembre de 2023, los beneficiarios de los planes 2015-2018 y 2021-2023 poseen 13.514.815 acciones de Puig Brands, S.A. Se han firmado opciones de compra y venta entre Puig y sus beneficiarios para su ejercicio entre 2024 y 2030. En el caso de una admisión a cotización de las acciones de Puig Brands, las opciones de compra y venta ya no tendrían efecto, excepto cuando se apliquen periodos de retención ("lock up periods"), en cuyo caso Puig retiene una opción de compra.

Por las 40.494 acciones de Puig Gest, S.A. para el plan 2015-2018 que todavía estaban en el período de adjudicación en 2022, el valor se basó en una fórmula vinculada al negocio. El precio de ejercicio de las acciones fue de 202,82 y en 2022 de 376,08.

Para el Plan 2021 el precio de ejercicio de las acciones de la filial que concedió el plan fue de 1,28 en 2023 (1,20 euros en 2022) y los precios de ejercicio fueron de 3,57 en 2023 (3,85 euros en 2022).

Para el Plan 2021-2023 los precios de ejercicio de las participaciones de Puig, S.L. y acciones de Puig Gest, S.A. en 2022 fueron de 91,43 euros y 568,61 euros respectivamente, siendo sus precios ejercitables respectivamente 148,49 euros y 934,63 euros en 2022 respectivamente.

El valor en libros del pasivo relativo a los SAR a 31 de diciembre de 2023 ascendía a 33.986 miles de euros (2022: 84.880 miles de euros).

Adicionalmente, otros beneficios a los empleados incluyen bonos en efectivo a largo plazo cuando se cumplen ciertas condiciones de negocio. A 31 de diciembre de 2023 el pasivo ascendía a 10.989 miles de euros (2022 10.725 miles de euros).

También se incluyen en este epígrafe otras retribuciones a los empleados por importe de 9.048 miles de euros en 2023 (12.570 miles de euros en 2022).

Compromisos sobre acciones propias

En el ejercicio 2023 se ha contabilizado un pasivo por las opciones de compra y venta de acciones de Puig Brands, S.A. ya entregadas a empleados y vendidas a Consejeros por importe de 238.868 miles de euros. En el caso de una admisión a cotización de las acciones de Puig Brands, las opciones de compra y venta ya no tendrían efecto, excepto cuando se apliquen periodos de retención ("lock up periods"), en cuyo caso Puig retiene una opción de compra.

Plan de pensiones

Un número significativo de empleados de Puig se encuentra cubierto por un Plan de Pensiones pagado por las distintas compañías de Puig. El tipo de Plan varía en función de los requerimientos legales de los países dónde están empleados los beneficiarios.

a. Planes de aportación definida

Para los planes de aportación definida, Puig es el responsable de aportar una contribución previamente definida (por ejemplo una cantidad o un porcentaje del salario).

Los planes de aportación definida cubren a los empleados de Puig en España, Reino Unido entre otros países.

El plan de aportación definida de las empresas españolas se encuentra externalizado a través de Diagonal Fondo de Pensiones.

En este caso, Puig asume exclusivamente la contribución anual.

b. Planes de prestación definida

En este tipo de Plan la empresa se compromete a abonar una cantidad fija definida, ya sea una pensión de jubilación por un importe determinado o un porcentaje del sueldo último del empleado. Para el Plan de prestación definida el valor actual de las prestaciones futuras, que la empresa está obligada a abonar de acuerdo con este plan, se calcula utilizando el método de la unidad de crédito proyectada. El cálculo del valor actual se basa en una estimación de los tipos de interés, aumentos de sueldo y pensiones, rendimientos de la inversión, mortalidad e invalidez. El valor actual se calcula exclusivamente por la prestación a la que el personal tiene derecho a lo largo de su relación laboral con la empresa. Los planes de prestación definida dan cobertura al personal en Francia.

El plan de prestación definida de las sociedades francesas no está externalizado a través de un fondo externo. El pasivo por este plan se incluye en el estado de situación financiera consolidado al 31 de diciembre de 2022 por importe de 8,5 millones de euros (en 2022: 9,3 millones de euros).

Los importes reconocidos en el patrimonio son los siguientes:

(Miles de euros)	2023	2022
Coste por los servicios del periodo corriente	713	708
Total de la (ganancia)/gasto reconocido en la cuenta de resultados	713	708
(Pérdidas)/ganancias actuariales netas	-	-
Rendimiento real de los activos del plan	-	-

El valor presente de las obligaciones y el valor razonable de los activos del plan es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Valor presente de las obligaciones	8.328	8.483
Pasivo neto	8.328	8.483

El movimiento en el pasivo neto durante el ejercicio es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Balance a 1 de enero	8.483	9.304
Net cost of the plan	712	725
Contributions / Benefits	(446)	(1.664)
Business combinations	-	118
Reclasificaciones	(421)	-
Balance a 31 de diciembre	8.328	8.483

Los supuestos actuariales utilizados a 31 de diciembre son:

	2023	2022
Tipo de interés de descuento	3.6% - 4.2%	1%-2%
Incremento previsto de los sueldos y salarios	2.5%	2.5%-5%
Rendimiento esperado de los activos del plan	-	-
Edad media de jubilación	62-65	62-65

Los planes de beneficios definidos se han clasificado en la categoría de medición de Nivel 3.

26. AVALES Y OTROS COMPROMISOS

A 31 de diciembre de 2023, la Sociedad Dominante tiene concedidos avales bancarios por importe de 181 millones de euros (2022: 124 millones de euros) en beneficio de las filiales de Puig, principalmente relacionados con su actividad habitual.

En concreto, las garantías bancarias representan el compromiso de la matriz frente a terceros de asumir las pérdidas de sus filiales y otras cuestiones operativas. Las garantías bancarias no tienen vencimiento predeterminado.

Adicionalmente, cabe destacar que Puig no tiene contingencias legales o fiscales significativas.

El Grupo no tiene conocimiento de compromisos significativos fuera de balance distintos de los descritos anteriormente.

27. OTRAS CUENTAS A PAGAR A CORTO PLAZO

El detalle de este epígrafe es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Pasivos corrientes por liquidación de impuestos (nota 13)	71.177	59.156
Remuneraciones pendientes de pago	104.102	101.902
Provisiones operativas	201.949	197.195
Acreedores por servicios diversos	352.889	296.146
Otros pasivos financieros a valor razonable (nota 24)	-	3.864
Otros pasivos	24.634	37.410
Pasivos por combinaciones de negocio (nota 25)	207.006	-
Otros pasivos con empresas vinculadas y asociadas (nota 31)	4.293	10.061
Pasivo por arrendamiento (Nota 16)	58.074	43.916
Total	1.024.124	749.650

Provisiones operativas incluye provisiones de comisiones, devoluciones y provisiones por otros servicios.

La partida que compone "Otros pasivos a valor razonable" corresponde fundamentalmente a derivados de cobertura de valor razonable sobre tipo de cambio y derivados de cobertura de tipo de interés (Nota 24). En el ejercicio 2022 el valor razonable de los derivados ascendió a 3.864 miles de euros. El detalle es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Cobertura de tipo de cambio (transacciones)	-	2.265
Cobertura de tipo de cambio (préstamos en divisa)	-	1.599
Cobertura de tipo de interés	-	-
Total	-	3.864

28. OBJETIVOS Y POLÍTICAS DE GESTIÓN DEL RIESGO FINANCIERO

En el curso habitual de las operaciones, Puig se encuentra expuesto a diversos riesgos financieros: riesgo de mercado (riesgo de tipo de interés y de tipo de cambio) y otros riesgos como riesgo de crédito, riesgo de liquidez y gestión de riesgo de capital.

La gestión de Puig se centra en minimizar estos riesgos implementando políticas de gestión de riesgos para identificar y analizar los riesgos a los que se enfrenta el Grupo y definir límites y controles de riesgo adecuados. Los procedimientos de gestión del Grupo están diseñados para tener un entorno de control.

Esta nota proporciona información sobre la exposición del Grupo a los riesgos, los objetivos, políticas y procesos del Grupo para gestionar los riesgos, los métodos utilizados para medirlos y los instrumentos financieros utilizados para mitigarlos.

El Comité de Auditoría del Grupo supervisa cómo los controles de gestión cumplen con los procedimientos y políticas de gestión de riesgos del Grupo y revisa si la política de gestión de riesgos es adecuada considerando los riesgos a los que está expuesto el Grupo.

Riesgo de mercado

Riesgo de tipo de cambio

El Grupo opera en un entorno internacional y por tanto está expuesto al riesgo de tipo de cambio en las transacciones en divisas, especialmente en lo que respecta al USD y GBP (siendo el euro la moneda funcional del Grupo y la moneda de la matriz). El riesgo de tipo cambio está asociado con transacciones comerciales futuras, activos y pasivos reconocidos e inversiones netas en moneda extranjera.

Puig realiza una parte importante de sus ventas a clientes y a sus propias filiales así como determinadas compras en moneda distinta a su moneda funcional (euro). Los instrumentos de cobertura se utilizan para reducir los riesgos de tipo cambio derivados de las fluctuaciones de monedas diferentes a las monedas funcionales de las empresas.

Antes de final de año, como parte de la elaboración presupuestaria, las empresas de Puig son responsables de identificar la exposición a los flujos de caja en moneda extranjera. El Grupo analiza de forma centralizada la exposición y contrata las coberturas adecuadas. Los riesgos cambiarios identificados se cubren mediante contratos a plazo u opciones.

Puig ha implementado una estricta política para gestionar, medir y monitorizar estos riesgos. Las actividades se organizan en base a una clara segregación de funciones entre el front office, middle office y back office que se encargan de la medición, cobertura y administración y control financiero. La estrategia de cobertura siempre debe presentarse a la alta dirección para su aprobación.

Los instrumentos derivados contratados para cobertura de tipo de cambio se contabilizan de acuerdo con principios de contabilidad de cobertura.

La financiación obtenida por Puig es principalmente en euros que representan el 95% del total de la deuda (2022: 96%).

La siguiente tabla muestra un análisis de sensibilidad a posibles cambios razonables en el tipo de cambio de las principales monedas extranjeras con las que opera Puig, manteniéndose todas las demás variables constantes:

(miles de euros)	Incremento/ Disminución en USD	Efecto en resultados	Efecto en patrimonio neto
2023	10 %	8.015	12.131
	-10 %	(8.015)	(12.131)
2022	10 %	5.791	4.405
	-10 %	(5.791)	(4.405)

(miles de euros)	Incremento/ Disminución en GBP	Efecto en resultados	Efecto en patrimonio neto
2023	10 %	(5.730)	(98.105)
	-10 %	5.730	98.105
2022	10 %	(224)	(102.374)
	-10 %	224	102.374

Puig ha contratado coberturas de tipo de cambio para cubrir posibles fluctuaciones de divisa procedentes de flujos presupuestados.

Riesgo de tipo de interés

El riesgo de tipo de interés de Puig surge de la deuda corriente y no corriente con entidades bancarias. El objetivo de Puig es tener una elevada proporción de deuda a tipo fijo o tipo variable cubierta mediante swaps de tipos de interés (IRS). El principal objetivo de la gestión es proteger el beneficio neto del impacto de cambios significativos en los tipos de interés.

Puig utiliza instrumentos financieros derivados (swaps de tipos de interés) para cubrir el riesgo de variaciones de los tipos de interés de algunos préstamos. Dichos instrumentos financieros derivados se reconocen inicialmente a su valor razonable en la fecha en que se contrata un contrato de derivado y posteriormente se vuelven a valorar a su valor razonable. El valor razonable a 31 de diciembre de 2023 asciende a 14.891 miles de euros (2022: 42.078 miles de euros; 2021).

A 31 de diciembre de 2023, el importe de la deuda sujeta a tipos de interés variables, sin cobertura de tipo de interés, ascendía a 294 millones de euros (2022: 273 millones de euros), representativo del 14% del total de la deuda bancaria (2022: 15%).

Un aumento del 2% en el tipo de interés de mercado podría suponer un aumento de los gastos por intereses financieros de 5,9 millones de euros (2022: 5,7 millones de euros).

Riesgo de crédito

El riesgo de crédito es el riesgo al que está expuesto Puig en caso de que un cliente o contraparte incumpla su obligación de pago.

Para mitigar este riesgo Puig cuenta con una política de crédito y gestiona su exposición al riesgo de cobro en el curso normal de sus operaciones. Puig evalúa el crédito concedido a todos sus clientes por encima de una determinada cantidad. Asimismo, Puig dispone de un seguro de crédito para la mayoría de sus cuentas a cobrar.

El Grupo reconoce el deterioro en función de su mejor estimación de las pérdidas esperadas en operaciones comerciales y otras cuentas por cobrar. Las principales pérdidas por deterioro reconocidas se deben a pérdidas específicas relativas a individualmente riesgos identificados. Al cierre del ejercicio estas pérdidas por deterioro son irrelevantes.

La exposición máxima al riesgo de crédito en relación con las cuentas a cobrar comerciales es el importe que se refleja en la Nota 18 anterior por importe de 501.861 (2022: 405.946 miles de euros). Los clientes de Puig están razonablemente fragmentados, por lo que individualmente ninguno de ellos representa más del 10% del importe total de las cuentas por cobrar comerciales.

Puig tiene cantidades no utilizadas de líneas de crédito que pueden utilizarse para cubrir déficits de caja operativos.

Además, para mitigar este riesgo de crédito, el Grupo ha transferido este riesgo a terceros mediante factoring sin recurso de cuentas por cobrar comerciales, en estos casos el Grupo no retiene ningún riesgo de crédito.

El riesgo de crédito también surge del efectivo y equivalentes de efectivo, instrumentos financieros derivados y depósitos en bancos e instituciones financieras. Para mitigar este riesgo crediticio, el Grupo sólo trabaja con bancos con calificaciones crediticias sólidas según lo calificado por las agencias de calificación internacionales. La solvencia de estas entidades, tal como se indica en las calificaciones crediticias de cada entidad, se revisa periódicamente con el fin de realizar una gestión activa del riesgo de contraparte.

Los activos sujetos a la exposición al riesgo de crédito reconocidos en el balance fueron los siguientes:

(Miles de euros)	2023	2022
Inversiones financieras a largo plazo	16.359	14.154
Otros activos no corrientes	370.315	111.591
Clientes y deudores	484.705	387.936
Otros activos corrientes	186.709	232.059
Tesorería y equivalentes	852.901	710.050
Total	1.910.989	1.455.790

Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez es el riesgo de que el Grupo no pueda hacer frente a sus obligaciones financieras a su vencimiento. El enfoque del Grupo para gestionar la liquidez es garantizar, cuando sea posible, que siempre tenga suficiente liquidez para liquidar sus obligaciones en la fecha de vencimiento.

Puig utiliza técnicas de planificación financiera para gestionar el riesgo de liquidez, teniendo en cuenta el vencimiento de los activos y pasivos financieros y las proyecciones de flujos de caja. El objetivo de Puig es equilibrar las necesidades estructurales y las necesidades excepcionales de tesorería con los préstamos y descubiertos contratados, para asegurarse de que podrá utilizarlos en función de su situación de liquidez.

Como consecuencia de lo anterior el Grupo considera que dispone de liquidez y acceso a financiación a medio y largo plazo que le permite asegurar los recursos necesarios para hacer frente a los potenciales compromisos para futuras inversiones.

Puig tiene cantidades no utilizadas de líneas de crédito que pueden utilizarse para cubrir déficits de caja operativos.

Los vencimientos de los principales pasivos financieros, que incluyen Arrendamientos (Nota 16), Préstamos Bancarios (Nota 23) y Pasivos por combinaciones de negocios (Nota 25) al 31 de diciembre son los siguientes:

(miles de euros)	2024	2025	2026	2027	2028 y siguientes	Total
Deuda financiera bancaria	358.371	510.068	596.772	682.006	-	2.147.217
Pasivos por combinaciones de negocios	207.006	10.022	1.115.052	-	1.052.591	2.384.671
Pasivos por arrendamiento	58.074	51.975	45.674	35.590	122.322	313.635
	623.451	572.065	1.757.498	717.596	1.174.913	4.845.523

(miles de euros)	2.023	2.024	2.025	2.026	2027 y siguientes	Total
Deuda financiera bancaria	177.001	283.291	492.719	503.525	382.776	1.839.312
Pasivos por combinaciones de negocios	-	259.000	-	1.166.186	957.822	2.383.008
Pasivos por arrendamiento	43.916	43.514	32.528	46.955	85.701	252.614
	220.917	573.068	537.983	1.716.666	1.426.300	4.474.934

Gestión de capital

El objetivo de Puig es salvaguardar su capacidad de seguir gestionando sus actividades recurrentes y su capacidad de seguir creciendo, optimizando el ratio de deuda sobre capital y creando valor para el accionista.

El objetivo principal de la gestión de capital de Puig es asegurar una estructura financiera que permita optimizar el coste de capital y mantener una posición financiera sólida, con el fin de acceder a los mercados financieros a un coste competitivo para cubrir las necesidades de financiación.

Puig gestiona su capital para asegurar que determinados ratios financieros sean los adecuados para desarrollar su negocio, manteniendo un alto nivel de solvencia para poder proporcionar una rentabilidad adecuada a sus accionistas. El ratio de endeudamiento neto se mide de la siguiente manera:

(Miles de euros)	2023	2022
Deuda neta	1.509.700	1.272.629
Ebitda ajustado	862.674	681.448
Ratio de endeudamiento (Deuda neta / Ebitda ajustado)	1,75	1,87

El volumen de capital se determina en función de los riesgos existentes, realizándose los correspondientes ajustes al capital de acuerdo con los cambios en el entorno económico y los riesgos gestionados.

La “Deuda neta” es una medida alternativa de rendimiento utilizada por la Dirección para medir el nivel de endeudamiento de Puig. La Deuda Neta incorpora deudas con entidades de crédito (Nota 23), pasivos por arrendamiento (Nota 16.2), y es minorado por la Tesorería y equivalentes (Nota 21) y por los Préstamos concedidos a partes relacionadas (Notas 18 y 20):

(Miles de euros)	2023	2022
Deudas con entidades de crédito (Nota 23)	2.147.217	1.839.312
Pasivos por arrendamiento (Nota 16.2)	313.635	252.614
Tesorería y equivalentes (Nota 21)	(852.901)	(710.050)
Préstamos concedidos a partes relacionadas (Nota 18 y 20)	(98.251)	(109.247)
Deuda Neta	1.509.700	1.272.629

El “Ebitda” es una medida alternativa de rendimiento utilizada por la Dirección que mide el resultado operacional y las “amortizaciones y deterioros” (Nota 11).

(Miles de euros)	2023	2022
Resultado operacional	679.206	492.967
Amortización y deterioro (Nota 11)	169.704	144.953
Ebitda	848.910	637.920

Esta medida, aunque no está específicamente definida bajo las NIIF, es a menudo mencionada y publicada por empresas y tiene como objetivo facilitar el análisis y la comparabilidad.

El “Ebitda ajustado” es una medida alternativa de rendimiento utilizada por la Dirección para medir el “Ebitda” excluyendo los “otros ingresos y gastos operacionales” (Nota 9).

(Miles de euros)	2023	2022
Ebitda	848.910	637.920
Otros ingresos y gastos operacionales (Nota 9)	13.764	43.528
Ebitda ajustado	862.674	681.448

Cambios en el capital circulante

El desglose de los cambios en el capital circulante (neto de combinaciones de negocios y partidas no monetarias) se presenta a continuación:

(Miles de euros)	2023	2022
Existencias	(162.533)	(237.136)
Clientes y deudores	(96.769)	(51.433)
Otros activos corrientes	42.255	(47.494)
Proveedores y acreedores	(26.815)	45.472
Otras cuentas a pagar a corto plazo	49.446	132.167
Cambios en el capital circulante	(194.416)	(158.424)

29. OTRAS INFORMACIÓN

29.1 Honorarios de auditoría

Los honorarios devengados por auditoría y otros servicios prestados por el auditor principal de cuentas, así como los correspondientes a otras empresas que forman parte de la misma red internacional del auditor principal de cuentas son los siguientes:

(Miles de euros)	2023	2022
Por servicios de auditoría de estados financieros	2.021	1.514
Por otros servicios de verificación contable	852	376
Total auditoría	2.873	1.890
Por servicios de asesoramiento fiscal	60	54
Por otros servicios	87	46
Total professional services	3.020	1.990

Los honorarios devengados por auditoría y otros servicios prestados por otros auditores de cuentas en el ejercicio 2023 han sido de 358 miles de euros (2022: 316 miles de euros).

29.2 Información relativa a administradores

Durante el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2023 los administradores de la Sociedad no han sido parte en ningún conflicto de interés directo o indirecto con Puig, excepto por la aprobación de los siguientes acuerdos en los que uno o varios administradores, se abstuvieron de deliberar y votar sobre los mismos, ya que podrían resultar en una situación de conflicto de intereses:

- I. la suscripción de un nuevo contrato con el Consejero Delegado así como su novación.
- II. la suscripción de un nuevo contrato con el Vicepresidente Ejecutivo así como la novación del mismo.
- III. la designación de los beneficiarios de la renovación de un programa de adquisición de acciones Clase B de Puig.
- IV. la suscripción de líneas de crédito con distintas entidades financieras.
- V. la aprobación de dos contratos de arrendamiento en Francia y Estados Unidos, respectivamente.
- VI. la propuesta a la Asamblea General de Accionistas para la aprobación de un bono extraordinario en efectivo.

Las retribuciones del ejercicio 2023 de la Alta dirección ascendieron a 51.047 miles de euros (2022 12.945 miles de euros), correspondientes a salarios fijos y variables, planes de incentivos a largo plazo, beneficios sociales, compromisos por pensiones y primas por seguros de vida.

El Presidente y el Vicepresidente del Consejo de Administración también son miembros de la dirección del Grupo y, en consecuencia, su remuneración ha sido devengada en función de sus servicios ejecutivos y su remuneración ha sido incluida en el apartado de remuneración del Consejo de Administración.

La retribución devengada por el Consejo de Administración por los servicios prestados como miembros del Consejo de Puig Brands y por los servicios ejecutivos del Presidente y Vicepresidente de Puig Brands, S.A. ascendió a 45.660 miles de euros en 2023 (9.055 miles de euros en 2022).

Puig ha pagado primas del seguro de responsabilidad a los Administradores y a los miembros de la Alta dirección por importe de 175 miles de euros (2022: 130 miles de euros).

A 31 de diciembre de 2023, existían préstamos concedidos a la Alta dirección por importe de 58.146 miles de euros (2022: 14.113 miles de euros). Los intereses devengados relacionados con los préstamos concedidos a la Alta dirección ascendieron a 1.577 miles de euros (2022: 219 miles de euros). Los préstamos devengan intereses a un tipo entre el 1,5% y el 3,25%.

Puig también ha entregado planes de incentivos a largo plazo a sus Alta dirección (entre los que se incluye un miembro del Consejo de Administración con servicio ejecutivo) por importe de 53.049 miles de euros. Esta remuneración se ha incluido en las remuneraciones totales (Alta dirección y Consejo de Administración) indicadas anteriormente y se informan en el período en el que los planes están totalmente consolidados (que es diferente del período de devengo del gasto relacionado).

Tal y como se detalla en la nota 25, durante 2023, como parte del devengo acelerado del plan de incentivos a largo plazo, Puig ha entregado 6.101.430 acciones propias en autocartera a la Alta dirección y a un miembro del Consejo de Administración con servicios ejecutivos. Adicionalmente, durante el año 2023, las participaciones y acciones propiedad de los beneficiarios de Puig, S.L. y Puig Gest, S.A. (950.406 y 8.030) han sido canjeadas por 3.374.335 acciones de Puig Brands, S.A.

Se han pactado opciones de compra y venta entre las partes por lo que a diciembre de 2023 se incluye como pasivo en el balance consolidado un importe total de 155.573 miles de euros.

Adicionalmente, los miembros del Consejo de Administración poseen un total de 800.132 acciones de Puig Brands, S.A. Para algunas de las acciones mencionadas mantenidas por los miembros del Consejo de Administración se han pactado opciones de compra y venta entre las partes y Puig Brands, S.A. por lo que a diciembre de 2023 se incluye como pasivo en el balance consolidado un importe total de 11.664 miles de euros.

29.3 Información sobre el periodo medio de pago a proveedores

El periodo medio de pago a proveedores de las sociedades españolas es el siguiente:

	2023	2022
(Días)		
Periodo medio de pago a proveedores	52	65
Ratio de operaciones pagadas	52	71
Ratio de operaciones pendientes de pago	45	35
(Miles de euros)		
Total pagos realizados	1.235.981	949.472
Total pagos pendientes	103.168	173.777
Volumen monetario de facturas pagadas en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad	1.001.711	667.512
Porcentaje que representan los pagos inferiores a dicho máximo sobre el total de los pagos realizados	81 %	70,3%
(Número de facturas)		
Facturas pagadas en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad	74.377	53.710
Porcentaje sobre el total de facturas	85 %	75,5%

- (1) Periodo medio de pago a proveedores: Se entenderá por la media ponderada entre el ratio de operaciones pagadas y el ratio de operaciones no pagadas.
- (2) Ratio de operaciones pagadas: Se entenderá por la diferencia ponderada entre los días naturales que hayan transcurrido desde la fecha de recepción de los bienes o servicios (no obstante, a falta de información fiable sobre el momento en que se produce esta circunstancia, se tomará la fecha de recepción de la factura) hasta el pago material de la operación.
- (3) Ratio de operaciones pendientes de pago: Se entenderá por la diferencia ponderada entre los días naturales que hayan transcurrido desde la fecha de recepción de los bienes o servicios (no obstante, a falta de información fiable sobre el momento en que se produce esta circunstancia, se tomará la fecha de recepción de la factura) hasta el último día del periodo al que se refieran las cuentas anuales consolidadas.

30. INFORMACIÓN SOBRE MEDIO AMBIENTE

Puig trabaja para contribuir a dos compromisos globales; ayudar a limitar el calentamiento global a 1,5°C para 2030 y convertirse en una organización neta cero para 2050.

Para alcanzar estos objetivos, Puig integra criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en su cultura, modelo de negocio, estrategia y actividad diaria.

Los principales aspectos destacados de los compromisos sostenibles son los siguientes:

- Aprobación de la estrategia de biodiversidad de Puig.
- Desarrollo de una nueva herramienta de cálculo de huella de carbono.
- Primera evaluación global grupal en los tres cuestionarios CDP (Clima, Agua y Bosques).
- Aprobación de la Política Climática, actualización de la Política de Abastecimiento Sostenible y desarrollo de nuevas políticas relacionadas con la naturaleza.

Los gastos incurridos durante estos ejercicios para eliminar, limitar o controlar el posible impacto que pueda generarse por la operativa habitual de Puig sobre el medio ambiente han ascendido a 750 miles de euros (2022: 277 miles de euros). Asimismo, al cierre del ejercicio 2023 el valor neto contable del inmovilizado material relacionado con el medio ambiente ascendía a 2.381 miles de euros (2022: 2.651 miles de euros).

A cierre de los ejercicios 2023 y 2022, Puig no tiene registradas en su balance de situación consolidado provisiones ni contingencias medioambientales que puedan tener un efecto significativo en su patrimonio, balance o resultados.

Los impactos relacionados con el cambio climático han sido evaluados por los Administradores, quienes han concluido que no se esperan efectos significativos.

En el Estado de Información no Financiera se incluye información sobre el compromiso con el Medio Ambiente de Puig a través de su Política de Sostenibilidad.

31. PARTES RELACIONADAS

A continuación se incluye un resumen de los principales saldos y transacciones con partes relacionadas.

(Miles de euros)	Año	Ventas y otros ingresos	Compras y gastos	Ingresos financieros	Dividendos	Cuentas a cobrar e Inversiones financieras a corto plazo	Cuentas a pagar
Empresas con influencia significativa sobre Puig	2022	—	829	793	—	50.326	(9.679)
	2023	4	280	687	—	8.512	(4.049)
Empresas asociadas	2022	33.973	324	—	19.934	7.483	(140)
	2023	44.022	2.226	—	25.464	15.761	(1.361)
Otras partes relacionadas	2022	—	9.957	1.225	582	56.994	(286)
	2023	2	11.186	1.322	—	39.991	(177)

Las transacciones con entidades con influencia significativa sobre Puig de los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022, corresponden principalmente a pagos por servicios prestados a Puig Brands por Puig, S.L. y los accionistas de Puig, S.L. (incluido Exea Empresarial, S.L.). Puig Brands también concedió préstamos en favor de algunas de estas entidades (que han sido amortizados íntegramente a 31 de diciembre de 2023). En 2023 y a partir de 2024 no se esperan transacciones excepto las relacionadas con Puig, S.L. como cabecera del grupo de consolidación fiscal español.

Las transacciones con empresas asociadas de los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022, corresponden principalmente a pagos recibidos por los servicios de fabricación que Puig presta a Isdin, S.A., royalties que Puig recibe de Sociedad Textil Lonia, S.A. en relación con la licencia de CH Carolina Herrera, y las distribuciones de dividendos de nuestras inversiones en asociadas y negocios conjuntos.

Las transacciones con otras partes vinculadas por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022, corresponden principalmente a pagos a Inmo, S.L. y sus subsidiarias en relación con el arrendamiento de la sede en Barcelona, el arrendamiento de la planta de fabricación en Barcelona (que se cerró en 2023) y el arrendamiento de las tiendas Carolina Herrera y Rabanne en Nueva York y París, respectivamente. Puig Brands también otorgó préstamos a los altos directivos y empleados en relación con la adquisición y/o entrega de Acciones Clase B.

Adicionalmente, en 2023, Puig Brands, S.A. ha vendido a su accionista Puig, S.L. las acciones de Puig Gest y participaciones de Puig, S.L. por un importe total de 148.734 miles de euros (Nota 22). Del importe total a cobrar, 143.520 miles de euros han sido compensados en la adquisición de acciones propias (Nota 22) y 5.214 miles de euros han sido liquidados en efectivo.

Los saldos y transacciones con accionistas minoritarios no se consideran en el cuadro anterior (Nota 25).

32. HECHOS POSTERIORES

En enero de 2024, Puig ha adquirido una participación mayoritaria en Dr. Barbara Sturm (65%), por un importe total de 291,1 millones de euros sujeto a ciertos ajustes establecidos en el contrato de compra-venta. En relación con la adquisición, Puig ha acordado una contraprestación variable a largo plazo (“earn-out”) con la fundadora de la marca, cuyo importe está vinculado a la consecución de los objetivos de la marca. Además, se ha acordado una opción de compra y venta cruzada (opción put y call) sobre la participación minoritaria restante. A la fecha de preparación de estas cuentas anuales consolidadas, la valoración de los valores razonables adquiridos, incluyendo las opciones put y call y earn out, se encuentra en curso.

La marca premium de cuidado de la piel fundada en 2014 por la Dra. Barbara Sturm, doctora de renombre mundial y pionera en el campo de los tratamientos antiinflamatorios, ofrece una cartera exclusiva de productos que abarcan suplementos y cuidado de la piel, el cuerpo y el cabello.

La adquisición de Dr. Barbara Sturm refuerza la posición competitiva de Puig al dar la bienvenida a una marca de culto de lujo reconocida mundialmente desarrollada a través de sus canales digitales y su red mundial de spas y boutiques, que ofrece tratamientos de alto rendimiento con una profunda experiencia en el cuidado de la piel.

El 1 de marzo de 2024 Puig ha negociado y firmado acuerdos para comprar participaciones de determinados accionistas minoritarios. Como resultado de las transacciones con los accionistas minoritarios de Prado Investments Ltd y Byredo AB, Puig ahora posee la totalidad de las acciones de Byredo AB y también posee el 91% de Prado Investments Ltd. En conjunto, estas operaciones han supuesto un pago de 597 millones de euros en efectivo y 16 millones de euros a liquidar en una fecha futura con acciones de Puig Brands, una vez sus títulos sean admitidos a cotización. Además, una de las partes que recibió efectivo en la operación descrita anteriormente tiene un compromiso irrevocable de invertir 161 millones de euros en la suscripción de acciones de Puig Brands en el momento de la oferta pública. Estas transacciones reducen el pasivo a largo plazo por importe de 757 millones de euros, teniendo un impacto positivo de 144 millones de euros en patrimonio neto. Adicionalmente, a principios de mayo de 2024 Puig adquirirá el 9% restante de participación en Prado Investments Ltd.

Puig ha firmado tres líneas de crédito revolving, en febrero de 2024, por un total de 450 millones de euros para financiar estas operaciones.

Entre enero y marzo de 2024 se ha ejecutado un plan extraordinario de entrega de acciones como incentivo a largo plazo para el Presidente, alta dirección y otro personal clave. Como resultado, se han entregado un total de 1.498.213 acciones de Puig Brands.

En febrero de 2024, Puig, S.L. (la Sociedad Dominante a efectos de consolidación fiscal) ha recibido una notificación de inspección en el Impuesto sobre Sociedades. Al mismo tiempo, Antonio Puig, S.A.U. (sociedad dependiente) ha recibido una notificación de inspección por el impuesto sobre el valor añadido y otros impuestos indirectos. A la fecha de formulación de estas cuentas anuales consolidadas, no se esperan contingencias tributarias significativas derivadas de los resultados de estas inspecciones.

ANEXO I - PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN

Las sociedades incluidas en el perímetro de consolidación a 31 de diciembre de 2023 y 2022 son las siguientes:

Sociedades consolidadas por integración global

Denominación Social	Dirección (País)	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2023	2022
Airparfum Timeless, S.L.U.	Plaza Europa 46-48, Hospitalet de Llobregat, Barcelona, Spain	EUR	Comercial	100	100
Antonio Puig, S.A.U.	Plaza Europa 46-48, Hospitalet de Llobregat, Barcelona, Spain	EUR	Holding, Producción, Comercial	100	100
Apivita Cosmetics, Diet Pharmaceuticals – Commercial and Industrial Société Anonyme (Apivita, S.A)	Industrial Park of Markopoulo Mesogaia, Attica, 19003, Greece	EUR	Producción, Comercial	100	100
Apivita Ventures, S.L.U.	Plaza Europa 46-48, Hospitalet de Llobregat, Barcelona, Spain	EUR	Holding	100	100
Aubelia S.A.S.	40-52, boulevard du Pars 92200 Neuilly-sur-Seine, France	EUR	Holding	100	100
Byredo (Hong Kong) Limited	20/F, West Exchange Tower, 322 Des Voeux Road Central, Sheung Wan, Hong Kong	CNY	Comercial	77	77
Byredo (Hong Kong) Limited – Macau Branch	Avenida de Praia Grande No. 409, China Law Building, 16/FI. – B47 em, Macao	MOP	Comercial	77	77
Byredo (Shanghai) Limited	Unit 1201-1202, Taikoo Hui Tower 1, No. 288 Shimen No.1 Road, Jing'an District, Shanghai, China	CNY	Comercial	77	77
Byredo AB (Sweden)	Box 3065, 103 61, Stockholm, Sweden	SEK	Holding, Comercial	77	77
Byredo Aventura LLC	251 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Bal Harbour LLC	251 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Brentwood LLC	251 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Fillmore LLC	251 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo France SAS	35 Rue des Renaudes, 75017 , Paris, France	EUR	Comercial	77	77
Byredo GmbH	Sophienstra��e 16, 10178 Berlin, Germany	EUR	Comercial	77	77
Byredo Grove LLC	251 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Japan KK	WeWork Iceberg, 6-12-18 Jingumae, Shibuya-Ku, Tokyo, Japan	JPY	Comercial	77	77
Byredo Melrose LLC	251 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Newbury Street LLC	252 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Northpark LLC	253 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Oakbrook LLC	254 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Palisades LLC	255 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Phipps Plaza LLC	256 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Retail USA, LLC	630 5th Ave, 32nd Floor, New York, NY 10111, United States	USD	Comercial	77	-
Byredo Silver Lake LLC	257 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	77	77
Byredo UK Ltd.	40-42 Lexington Street, London, W1F 0LN, United Kingdom	GBP	Comercial	77	77

Byredo USA Inc.	630 5th Ave, 32nd Floor, New York, NY 10111, USA	USD	Comercial	77	77
Byredo Valley Fair LLC	257 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Williamsburg LLC	257 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Byredo Wooster LLC	257 Little Falls Drive, Wilmington, Delaware 19808, United States	USD	Comercial	Liquidada	77
Carolina Herrera Ltd.	501 7th Ave, New York, United States	USD	Comercial	100	100
Carolina Herrera UK Ltd.	5th Floor, Russell Square House, 10-12 Russell Square, London WC1B 5EH, United Kingdom	GBP	Comercial	Liquidada	Liquidada
Charlotte Tilbury Beauty (Macau) Limited	Avenida da Praia Grande, no. 409 China Law Building, 21st/F., Macau	MOP	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty (Shanghai) Limited	15/F, No. 68, Yuyuan Road, Jing'an District, Shanghai, China	CNY	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Asia Pacific Limited	10th Floor, Lee Garden Five, 18 Hysan Avenue, Causeway Bay, Hong Kong	HKD	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Canada Inc	C/O Gowling WLG, 160 Elgin Street Suite 2600 Ottawa, Ontario, K1P 1C3, Canada	CAD	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty France SAS	9 Rue du Quatre Septembre, 75002 Paris, France	EUR	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Germany GmbH	Am Sandtorkai 68, c/o Fieldfisher, LLP, 20457 Hamburg, Germany	EUR	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Hong Kong Limited	10th Floor, Lee Garden Five, 18 Hysan Avenue, Causeway Bay, Hong Kong	KHD	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Inc	National Registered Agents Inc., 160 Greentree Drive, Suite 101, Dover, DE 19904. Business Address: 148 Lafayette Street, 2nd Floor, New York, New York, 10013, United States	USD	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Ireland Limited	6th Floor 2 Grand Canal Square, Dublin 2 D02 A342 Ireland	EUR	Comercial	56	-
Charlotte Tilbury Beauty Limited	8 Surrey Street, London, WC2R 2ND, United Kingdom	GBP	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Limited España	Calle Claudio Coello 124 6-D, 28006 Madrid, Spain	EUR	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Limited – Filiale a Italia	Piazza San Fedele 2, Milan, CAP 20121	EUR	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Netherlands BV	Regus, Amsterdam Sloterdijk, Kingsfordweg 151, Amsterdam, 1043 GR, Netherlands	GBP	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Poland spzoo	61-730 Poznan, Mlynska, 16 Piertro 8, Poland	PLN	Comercial	56	-
Charlotte Tilbury Beauty Propco US LLC	C/O Corporation Service Company, 251 Little Falls Drive, Wilmington DE 19808, United States	USD	Comercial	56	56
Charlotte Tilbury Beauty Switzerland AG	c/o Format A AG, Wiesenstrasse 9 8008 Zurich	CHF	Comercial	56	-
Charlotte Tilbury Limited	280 Bishopsgate, London EC2M 4RB, London, England, UK	GBP	Holding	56	56
Charlotte Tilbury TM Limited	8 Surrey Street, London, WC2R 2ND, United Kingdom	GBP	Comercial	56	56
Cosmetika S.A.S.	Cra 7 # 180 - 75 Módulo 4 -14, Bogota, Colombia	COP	Comercial	67	67
Creano NV	Godefriduskaai, 36, 2000 Antwerp, Belgium	EUR	Comercial	100	70
Distribuidora Puig Chile Limitada	Avenida del Valle, 869, Piso 6, Comuna de Huechuraba, Chile	CLP	Comercial	100	100
División Puig España, S.L.U.	Plaza Europa 46-48, Hospitalet de Llobregat, Barcelona, Spain	EUR	Comercial	Fusionada	100
DNV S.A.R.L.	3 Rue du Plâtre, 75004 Paris, France	EUR	Comercial	100	70
Dreamlike Ltd.	1 Cathedral Piazza, 123 Victoria Street, London SW1E 5BP, United Kingdom	-	Comercial	Liquidada	Liquidada
Dries Van Noten (Shanghai) Commercial Trading Co., Ltd.	Room 302, No. 9 building, No 696 Wei Hai Road, Jing An , district, Shanghai, China	CNY	Comercial	100	70

Dries Van Noten Group NV	Godefriduskaai, 36, 2000 Antwerp, Belgium	EUR	Holding	100	70
DVN USA CORP	90, State Street, Suite 700, Office 40, 12207, Albany, New York, United States	USD	Comercial	100	70
Eric Buterbaugh Florals LLC	Corporation Trust Center, 1209 Orange Street, Willmington, Delaware 19801, United States	-	Comercial	Liquidada	71
Etablissement Thermales d'Uriage S.A.S.	40-52, boulevard du Pars 92200 Neuilly-sur-Seine / Establishment: 60 Place Déesse Hygie 38410 Saint-Martin-d'Uriage, France	EUR	Comercial	100	100
Het Modepaleis NV	Godefriduskaai, 36, 2000 Antwerp, Belgium	EUR	Comercial	100	70
Hôtel Restaurant les terrasses d'Uriage S.A.S.	Registered: 40-52, boulevard du Pars 92200 Neuilly-sur-Seine / Establishment: 60 Place Déesse Hygie 38410 Saint-Martin-d'Uriage, France	EUR	Comercial	100	100
Islestarr Holdings Limited	8 Surrey Street, London, WC2R 2ND, United Kingdom	GBP	Holding, Comercial	56	56
Jean Paul Gaultier, S.A.S.	325 Rue Saint Martin, 75003 Paris, France	EUR	Comercial	100	100
Kama Ayurveda Private Ltd	K3, Jungpura Extension, New Delhi – 110014, India	INR	Producción, Comercial	85	85
L'Artisan Parfumeur S.A.R.L.	1 Rue Charles Tellier zone industrielle de Beaulieu 28000 Chartres, France	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Belux S.P.R.L.	Boulevard International 55 boîte D – 1070 Anderlecht, Belgium	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Deutschland GmbH	Änderung zur Geschäftsanschrift Zirkusweg 2, 20359 Hamburg (Germany)	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Espagne S.L.U.	Calle Cardenal Marcelo Spinola 4, 1º, 28016, Madrid, Spain	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage France S.A.S.	40-52, boulevard du Pars 92200 Neuilly-sur-Seine, France	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Italie S.R.L.	Via Maurizio Gonzaga n° 7 CAP 20123 Milano (Italia)	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Portugal S.A.	Alameda dos Oceanos, Edificio Espace, Lote 1.06.1.4, Piso 3, Bloco A 1990-207 Lisbon, Portugal	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Russie LLC	4, Yakimanskaya Naberezhnava, Building 1, 119180 Moscow, Russia	RUB	Comercial	100	100
Lendemain Distribution Inc.	630 5th Ave, 32nd Floor, New York, NY 10111, United States	USD	Comercial	100	100
Nina Ricci S.A.R.L.	39 Ave. Montaigne, 75008, Paris, France	EUR	Comercial	100	100
Nina Ricci USA, Inc	183 Madison Avenue, 19th Floor, New York 10016, United States	-	Comercial	Fusionada	Fusionada
Paco Rabanne, S.A.S.	17 Rue François 1er, 75008 Paris, France	EUR	Comercial	100	100
Penhaligon's Inc.	630 5th Ave, 32nd Floor, New York, NY 10111, United States	USD	Comercial	100	100
Penhaligon's Ltd.	1 Cathedral Piazza, 123 Victoria Street, London SW1E 5BP, United Kingdom	GBP	Comercial	100	100
Penhaligon's Taiwan Ltd.	11F., No. 1, Songzhi Rd., Xinyi Dist., Taipei City 110, 3162027, Taiwan	TWD	Comercial	100	100
Penhaligon's (Singapore) Pte. Ltd.	80 Raffles Place, #25-01 UOB Plaza 1, 048624, Singapore	SGD	Comercial	100	100
Perfumes e Cosméticos Puig Portugal Distribuidora S.A.	Rua Castilho 71, 4º direito, 1250-068, Lisbon, Portugal	EUR	Comercial	100	100
Prado Investments Limited	280 Bishopsgate, London EC2M 4RB, London, England, UK	GBP	Holding	76	76
Puig (Hong Kong) Ltd (Penhaligon's Pacific Ltd.)	10/F, West Exchange Tower, 322 Des Voeux Road Central, Sheung Wan, Hong Kong	HKD	Comercial	100	100
Puig (Macau) Limited (Penhaligon's (Macau) Limited)	Av. de Praia Grande 371, Edificio Keng Ou, 22 andar A, Macau	MOP	Comercial	100	100
Puig (Shanghai) Business Trading Co., Ltd.	Room 4, 5 of 28/F (with physical floor at 24/F on property certificate), No. 1717, West Nanjing Road, Jing'an Dist, Shanghai, China	CNY	Comercial	100	100

Puig Arabia Limited (Al Farida International Beauty Ltd Co.) (*)	Real Building Sari Street, Al Zahra'a District P.O Box 2489, Jeddah 21451, Saudi Arabia	USD	Comercial	65	65
Puig Argentina S.A.	Calle Suipacha 1.111, 18°, C1008AAW, Buenos Aires, Argentina	ARS	Comercial	100	100
Puig Asia Pacific Pte Ltd.	80 Raffles Place, 17-20 UOB Plaza 2, 048624, Singapore	SGD	Comercial	100	100
Puig Belux, S.A.	Boulevard International 55D, 1070 Bruxelles, Belgium	EUR	Comercial	100	100
Puig Brands, S.A.	Plaza Europa 46-48, Hospitalet de Llobregat, Barcelona, Spain	EUR	Sociedad dominante	100	100
Puig Brasil Comercializadora de Perfumes, S.A.	Avenida das Americas nº 3301, Bloque 03, Salas 202 E301 Barra da Tijuca, Rio de Janeiro, Brazil	BRL	Comercial	100	100
Puig Canada Inc.	2360 Bristol Circle, Suite 300, Oakville, Ontario L6H 6M5, Canada	CAD	Comercial	100	100
Puig Colombia S.A.S.	CR 7 NO. 97ª -13, Bogota D.C., Colombia	COP	Comercial	100	100
Puig Derma Trading (Shanghai) Co. Ltd.	2525 Wheelock Square, 25F Unit, 1717 West Nanjing Road, Jingan 200040, Shanghai, China	CNY	Comercial	100	100
Puig Deutschland, GmbH (**)	Astraturm Zirkusweg 2 D-20359, Hamburg, Germany	EUR	Comercial	100	100
Puig Emirates LLC (*)	Dubai Design District FZ LLC, D3, Building 07, 2nd Floor, Dubai, UAE	USD	Comercial	65	65
Puig France S.A.S.	65-67 Av. des Champs Elysées 75008 Paris, France	EUR	Producción, Comercial	100	100
Puig India Private Limited	3 Jangpura Extension, Commercial Complex, New Delhi, 110014, India	INR	Comercial	100	-
Puig International, S.A. (formerly Lesim)	Business Park Terre-Bonne, Bâtiment A4, Route de Crassier 17, 1262 Eysins, Switzerland	EUR	Holding, Comercial	100	100
Puig Italia, S.r.l.	Via San Prospero 1, 20123 Milan, Italy	EUR	Comercial	100	100
Puig Japan, K.K	6-12-18 Jingumae, Shibuya-Ku, Tokyo, 150-0001, Japan	JPY	Comercial	100	-
Puig Korea LLC	Unit 803, 191, Itaewon-ro, Yongsan-gu, Seoul, Korea	KRW	Comercial	100	-
Puig Malaysia Sdn. Bhd. (*)	Unit 30-01, level 30-01, tower A, Vertical Business Suite, Avenue 3, Bangsar South, No. 8, Jalan Kerinchi, 59200 Kuala Lumpur, Malaysia	MYR	Comercial	51	51
Puig Mexico, S.A. de C.V.	Jaime Balmes 11, Torre C, Piso 3, Plaza Polanco, Los Morales, México Distrito General, Mexico	MXN	Comercial	100	100
Puig Middle East FZCO (*)	Registered office: Jebel Ali Free Zone and is P.O.Box 17640, Jebel Ali Free Zone, Dubai, UAE Branch office for correspondence purposes: Dubai Design District FZ LLC, D3-Building 07, 2nd Floor (Offices A202, A203, A204) , UAE	USD	Comercial	65	65
Puig Nederland B.V. (**)	Polarisavenue 1-101. 2132 JH Hoofddorp, The Netherlands	EUR	Comercial	100	100
Puig North America, Inc.	630 5th Ave, 32nd Floor, New York, NY 10111, United Estates	USD	Comercial	100	100
Puig Oceania Pty. Ltd.	Suite 502, Level 5, 388 George Street, Sydney NSW 2000, Australia	AUD	Comercial	100	100
Puig Österreich, GmbH	Leopold Ungar Platz 2, Stiege 2/ 1. Stock, 1190, Viena, Austria	EUR	Comercial	100	100
Puig Panamá, S.A.	Edificio Scotia Plaza nº 18, Av. Federico Boyd y C/ 51, pisos 9, 10 y 11, Panama City, Panama	USD	Comercial	100	100
Puig Perú, S.A.	Avenida José Larco 1232 piso 9, Oficinas 9-101, 9-102, 9-103 y 9-105, 15074, Miraflores, Lima, Peru	PEN	Comercial	100	100
Puig Retail US, LLC	630 5th Ave, 32nd Floor, New York, NY 10111, USA	USD	Comercial	100	-
Puig Rus, LLC.	Russian Federation, 119180, Moscow Yakimanskaya naberezhnaya, 4, bld.1, Russia	RUB	Comercial	100	100

Puig South East Asia Pte. Ltd. (*)	12 Tai Seng Street, #05-01 Luxasia Building Singapore 534118, Singapore	SDG	Comercial	51	51
Puig Suisse, S.A.	Business Park Terre-Bonne, Bâtiment A4, Route de Crassier 17, 1262 Eysins, Switzerland	CHF	Comercial	100	100
Puig UK Ltd.	5th Floor, Russell Square House, 10-12 Russell Square London WC1B 5EH, United Kingdom	GBP	Comercial	100	100
Puig USA Inc.	630 5th Ave, 32nd Floor, New York, NY 10111, United States	USD	Comercial	100	100
Sodifer S.A.R.L.	3 Rue du Plâtre, 75004 Paris, France	EUR	Comercial	100	70
Van Noten Andries NV	Godefriduskaai, 36, 2000 Antwerp, Belgium	EUR	Holding, Comercial	100	70

(*) Entidades con accionistas minoritarios reconocidos en el balance.

(**) La sociedad no presenta cuentas anuales auditadas en su país de origen dado que se acoge a la exención aplicada en este país. Puig Nederland B.V. se acoge a la exención por el 403 Statement. Puig Deutschland GmbH se acoge a la exención aplicada en ese país según Sec. 264 para 3 no. 1 German Commercial Code.

Sociedades consolidadas por puesta en equivalencia

Denominación Social	Dirección (País)	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2.023	2.022
Beijing Yitian Shidai Trading Co, LLC	B111 Unit, 10-2 buildings first floor, N.94 Dongsí shitiao, Beijing, China	CNY	Comercial	15	15
Isdin, S.A.	Provençals 33, 08019 Barcelona, Spain	EUR	Comercial	50	50
Ponteland Distribuição, S.A.	Rua Barao de Tefé, 34, 14º andar, Saúde, Rio de Janeiro, Brazil	BRL	Producción, Comercial	35	35
Sociedad Textil Lonia, S.A.	Parque Empresarial Pereiro de Aguiar, Ourense, Spain	EUR	Producción, Comercial	25	25

Ni en el ejercicio 2023 ni en 2022 existen sociedades no consolidadas.

ANEXO II - PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN FISCAL

Las sociedades incluidas bajo un perímetro de consolidación fiscal a 31 de diciembre de 2023 y 2022 son las siguientes:

Sociedad Dominante del consolidado fiscal	Sociedad	País
Puig, S.L.	Puig Brands, S.A.	España
	Antonio Puig, S.A.U.	España
	Airparfum Timeless, S.L.U.	España
	Apivita Ventures, S.L.U.	España
	Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Espagne S.L.U.	España
Puig France S.A.S.	Puig France S.A.S.	Francia
	Paco Rabanne, S.A.S.	Francia
	Nina Ricci S.A.R.L.	Francia
	Jean Paul Gaultier, S.A.S.	Francia
	L'Artisan Parfumeur S.A.R.L.	Francia
Aubelia S.A.S.	Aubelia S.A.S.	Francia
	Laboratoires Dermatologiques D'Uriage France S.A.S.	Francia
	Hôtel Restaurant les terrasses d'Uriage S.A.S.	Francia
Puig UK Ltd.	Etablissement Thermales d'Uriage S.A.S.	Francia
	Puig UK Ltd.	Reino Unido
	Prado Investments Limited	Reino Unido
	Penhaligon's Ltd.	Reino Unido
Charlotte Tilbury Limited	Byredo UK Ltd.	Reino Unido
	Charlotte Tilbury Limited	Reino Unido
	Islestarr Holdings Limited	Reino Unido
	Charlotte Tilbury TM Limited	Reino Unido
Puig North America, Inc.	Charlotte Tilbury Beauty Limited	Reino Unido
	Puig North America, Inc.	Estados Unidos
	Puig USA Inc.	Estados Unidos
	Carolina Herrera Ltd.	Estados Unidos
	Penhaligon's Inc.	Estados Unidos
	Lendemain Distribution Inc.	Estados Unidos

02.

INFORME DE
GESTIÓN
CONSOLIDADO

UN HOGAR DE MARCAS DESEADAS,
DENTRO DE UNA EMPRESA FAMILIAR, QUE FOMENTAN
EL BIENESTAR, LA CONFIANZA Y LA AUTOEXPRESIÓN,
ADEMÁS DE DEJAR UN MUNDO MEJOR.

1. Información corporativa

Puig es un hogar de marcas deseadas. Nuestras marcas conectan y son amadas por los consumidores, creando fuertes vínculos emocionales con ellos.

Somos una empresa familiar con 110 años de historia. La familia que hay detrás es la columna vertebral de los valores de la compañía, que se han ido transmitiendo durante las tres últimas generaciones, así como de su visión, que ha definido los pilares de nuestra estrategia empresarial. Es esta visión la que permite a Puig fijar objetivos a largo plazo para la compañía, sus marcas y la comunidad.

Queremos que nuestras marcas fomenten el bienestar, hagan que nuestros consumidores y seguidores se sientan más seguros y les permitan expresarse mejor. Y todo ello, con un compromiso muy arraigado de dejar un mundo mejor para las generaciones futuras.

Quiénes somos: nuestras Premium Love Brands

Somos un actor global en la industria de la belleza premium, presente en los segmentos de negocios de Fragancias y Moda, Maquillaje y Cuidado de la piel. Contamos con un portafolio de premium love brands, compuesto por 17 marcas globales de diez países diferentes con una identidad fuerte y auténtica, así como una complementariedad estratégica.

Hemos construido cuidadosamente nuestra cartera de marcas durante décadas, fomentando nuestras propias marcas y asociándonos con fundadores visionarios con quienes hemos establecido relaciones exitosas y duraderas a través de valores compartidos y una visión alineada de construcción de marca para integrar estas marcas en nuestra cartera, manteniendo al mismo tiempo la autenticidad de cada una de estas marcas. Hemos seleccionado nuestra cartera para brindar complementariedad y diversificación estratégicas, así como para lograr un crecimiento a largo plazo.

El portafolio de Puig incluye nuestras marcas Rabanne, Carolina Herrera, Charlotte Tilbury, Jean Paul Gaultier, Nina Ricci, Dries Van Noten, Byredo, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Uriage, Apivita, Kama Ayurveda y Loto del Sur además de las licencias de belleza de Christian Louboutin, Banderas y Adolfo Domínguez, entre otros. Además, desde el 31 de diciembre de 2023, agregamos otra marca a nuestro portafolio (Dr. Barbara Sturm).

Somos una empresa global

Gestionamos nuestra presencia mundial desde nuestra sede en Barcelona, respaldada por tres centros regionales ubicados en París, Londres y Nueva York. Contamos con seis instalaciones de fabricación en Europa y una en India, con sedes centrales y filiales en 32 países y empleamos a más de 11.000 personas. También tenemos una red comercial sólida a través de distribuidores y minoristas, y más de 270 tiendas propias en todo el mundo, lo que hace que nuestros productos se vendan en más de 150 países.

Llevamos a cabo nuestro negocio en tres segmentos geográficos: EMEA, América y Asia-Pacífico, que representaron el 54%, 35,8% y 10,2%, respectivamente, de nuestros ingresos netos en 2023.

Comercializamos nuestros productos a través de (i) canales físicos ("brick and mortar"), como grandes almacenes, minoristas selectivos, farmacias, droguerías, travel retail, spas y tiendas propias (276 y 241 tiendas propias a 31 de diciembre de 2023 y 2022, respectivamente); y (ii) canales digitales, como el comercio electrónico ("e-commerce") conectado con nuestros canales físicos, minoristas digitales (pure players) y las plataformas de comercio electrónico propias de nuestras marcas.

Estamos comprometidos con la sostenibilidad

Dejar un mundo mejor para las próximas generaciones es fundamental para nuestro propósito y estamos comprometidos a mantener y mejorar en materia de sostenibilidad. Tenemos una estrategia ESG clara en todos los temas materiales, incluido un compromiso de emisiones netas cero para 2050. Informamos de forma transparente sobre nuestro progreso y hemos recibido validación externa de nuestro progreso (a modo de ejemplo, Ecovadis: Medalla de oro 70/1001; Sustainalytics: puntuación de 20,7).

2. Evolución del negocio

Contexto empresarial 2023

El ejercicio 2023 ha sido un año positivo para el mercado global de la belleza a pesar de un entorno marcado por la incertidumbre y ciertos factores adversos, como:

Un entorno incierto debido al estrés geopolítico, el aumento de las tasas de interés, el aumento de los precios de la energía y la alta inflación, todo lo cual impactó la desaceleración del crecimiento económico.

La desaceleración del comercio internacional.

La continua disrupción en la cadena de suministro que ha tenido un impacto global desde 2020, y la consiguiente escasez de materiales provocando dificultades en la producción y distribución de productos.

Una recuperación más lenta de lo esperado en China debido a la continua debilidad del mercado inmobiliario, la contracción del gasto de los consumidores internos y la lenta recuperación del mercado minorista de viajes.

Resultados de los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre de 2023 y 2022

(millones de euros, excepto los %)	2023	Y23/Y22 % Variación	2022
Ingresos netos	4.304,1	18,9	3.619,6
Coste de ventas	(1.088,9)	(17,5)	(927,0)
Margen bruto de explotación	3.215,2	19,4	2.692,6
Gastos de distribución	(217,7)	1,8	(221,7)
Gastos de publicidad y promoción	(1.338,1)	(21,7)	(1.099,7)
Gastos de ventas, generales y administración	(966,4)	(15,8)	(834,8)
Resultado operativo	693,0	29,2	536,5
Otros ingresos y gastos operacionales	(13,8)	68,4	(43,5)
Resultado operacional	679,2	37,8	493,0
Resultado financiero	(87,4)	(150,4)	(34,9)
Beneficio / (Pérdida) en empresas asociadas y negocios conjuntos y deterioros de activos financieros	51,3	(7,7)	55,6
Beneficio antes de impuestos	643,2	25,2	513,7
Impuesto sobre sociedades	(143,3)	(41,6)	(101,2)
Resultado del ejercicio	499,9	21,2	412,5
Resultado atribuible a accionistas minoritarios	(34,7)	(166,9)	(13,0)
Resultado atribuido a la sociedad dominante	465,2	16,5	399,5

Ingresos netos

En 2023, los ingresos netos aumentaron un 18,9% hasta 4.304,1 millones de euros desde 3.619,6 millones de euros en 2022, continuando la trayectoria de crecimiento positivo de años anteriores, lo que refleja (i) un fuerte crecimiento orgánico en nuestros mercados principales en todos los segmentos de negocio debido a la conveniencia de nuestras marcas y la fuerte demanda de nuestros productos; (ii) el crecimiento continuo dentro de la industria global de la belleza, que fue parcialmente compensado por el impacto de la inflación y las mayores tasas de interés sobre la demanda; (iii) nuestro éxito en efectuar aumentos de precios globales para traspasar el impacto de la inflación (con el impacto del cambio de divisas teniendo una influencia opuesta; y (iv) la contribución a nuestros ingresos netos de Byredo, Kama Ayurveda y Loto del Sur para un año completo en 2023 después de la toma de control realizada en 2022.

El crecimiento orgánico (Like for Like) es el crecimiento ajustando los ingresos netos por el impacto de (i) cambios en el alcance/perímetro, deduciendo de los ingresos netos del año la cantidad de ingresos netos generados durante los meses durante los cuales las entidades adquiridas /marcas no se consolidaron en el año anterior y (ii) fluctuaciones de los tipos de cambio, calculadas como la diferencia entre los ingresos netos del año correspondiente a los tipos de cambio de ese año frente al euro y los ingresos netos de ese mismo año a los tipos de cambio del año anterior frente al euro, utilizando el tipo de cambio medio anual.

(millones de euros, excepto los %)	2023	2022	Crecimiento
Ingresos netos	4.304,1	3.619,6	18,9 %
Ingresos netos procedentes de cambios en el perímetro de consolidación	(88,6)		(2,4) %
Efecto de diferencias de cambio en los ingresos netos	82,1		2,3 %
Crecimiento orgánico ("like for like") en ingresos netos	4.297,5	3.619,6	18,7 %

La solidez de nuestro crecimiento orgánico durante los períodos analizados es del 18,7 % en 2023 (Like for Like). El impacto de las fluctuaciones del tipo de cambio representó una reducción de los ingresos netos del 2,3 % en 2023, mientras que los cambios en el perímetro de consolidación representaron el 2,4% del crecimiento de los ingresos netos en 2023. Juntos representan la diferencia entre el crecimiento de los ingresos netos del 18,9% en 2023.

Los ingresos netos procedentes de cambios en el perímetro de consolidación del ejercicio 2023, se corresponden a la deducción de los ingresos netos de Byredo, Kama Ayurveda y Loto del Sur durante los meses en los que esas empresas no fueron consolidadas en 2022.

Ingresos netos por segmento de negocio

La siguiente tabla presenta nuestros ingresos netos por segmento de negocio para los años indicados junto con el cambio porcentual entre años:

(millones de euros, excepto los %)	2023	Y23/Y22 % Variación	2022
Fragancias y moda	3.115,0	16,6	2.671,5
Maquillaje	773,1	23,5	626,0
Cuidado de la piel	430,9	30,9	329,1
Eliminaciones	(14,9)		(7,1)
Total	4.304,1	18,9	3.619,6

Los ingresos netos crecieron a dos dígitos en todos nuestros segmentos de negocio en 2023, siendo Fragancia y Moda el principal contribuyente en términos absolutos (un aumento de 443,5 millones de euros, o un 16,6%, en comparación con 2022), seguido de Maquillaje (un aumento de 147,1 millones de euros, o el 23,5%, en comparación con 2022) y Cuidado de la piel (un aumento de 101,7 millones de euros, o el 30,9%, en comparación con 2022), como se describe con más detalle a continuación.

El crecimiento en nuestro segmento de negocios de Fragancias y Moda durante el período analizado se debió principalmente al crecimiento de nuestras marcas Prestige, mientras que el crecimiento en nuestros segmentos de negocios de Maquillaje y Cuidado de la piel se debió principalmente al crecimiento de Charlotte Tilbury. Además, el crecimiento de los ingresos durante este período se benefició del impacto de la incorporación a nuestro portafolio de marcas de Byredo en Fragancias y Moda y la incorporación de Loto del Sur y Kama Ayurveda en Cuidado de la Piel. El aumento general de los ingresos netos refleja la diversificación de la cartera por segmento de negocio y las conexiones entre los segmentos. Muchas de las marcas, si bien mantienen su negocio principal en un segmento, se han expandido a otros segmentos a lo largo de los años.

Fragancias y moda

En 2023, los ingresos netos en el segmento de negocio de Fragancias y Moda aumentaron un 16,6% hasta 3.115,0 millones de euros desde 2.671,5 millones de euros en 2022. En Fragancias (donde la Moda representa menos del 5% de nuestros ingresos netos en 2023), este aumento se debió principalmente a:

- i. un aumento en los ingresos netos de la categoría de cartera Prestige, particularmente en Norteamérica y EMEA, impulsado por el éxito de productos existentes en marcas como:
 - Rabanne, que superó los mil millones de euros en ingresos netos por primera vez en 2023, impulsada por el blockbuster “1 Million” y el crecimiento positivo continuo gracias a los lanzamientos de “Phantom” y “Fame” en 2021 y 2022, respectivamente;
 - Carolina Herrera con “Good Girl”, que siguió presentando la línea de años anteriores; y
 - Jean Paul Gaultier, que continúa ganando impulso con los exitosos lanzamientos de nuevos productos en 2023 y el éxito de los productos existentes (incluidas fragancias como “Les Males” y “Classiques”);
- ii. crecimiento significativo en los ingresos netos provenientes de la categoría de cartera Niche, principalmente de:
 - Byredo, que ha crecido a ritmo de dos dígitos y cuyo principal impacto en 2023 provino de su consolidación en nuestros resultados anuales durante un año completo; y
 - Dries Van Noten y Penhaligon's, que mostraron un fuerte crecimiento. Dries Van Noten es la marca Niche de más rápido crecimiento en nuestra cartera. Tras el lanzamiento de su primera colección de perfumes y belleza en 2022, Dries Van Noten abrió este año una tienda dedicada a perfumes, belleza y accesorios en París. Mientras tanto, Penhaligon's finalizó 2023 rindiendo homenaje a su fundador con el lanzamiento de su colección “Potions & Remedies”;

Maquillaje

En 2023, los ingresos netos en el segmento de negocio de Maquillaje aumentaron un 23,5% hasta 773,1 euros desde 626,0 millones de euros en 2022. Esto reflejó un aumento en los ingresos netos principalmente como resultado de:

- i. el éxito de Charlotte Tilbury, con nuevos lanzamientos, como “Matt Beauty Blush Wands” y “Airbrush Flawless Lip Blur”, y el éxito continuo de sus líneas de productos existentes “Pillow Talk” y “Hollywood Flawless Filter”; y
- ii. lanzamientos de nuevos productos en las marcas existentes de Puig, incluido el lanzamiento de Rabanne de su primera colección de maquillaje con “Famous Black Mascara” y “Mini and Handbag Palette”, promoviendo una fuerte feminización de la marca en línea con la identidad de la marca definida por la moda; los lanzamientos de Carolina Herrera de “Good Girl Blusher” y “Good Girl Maxi Glaze”; y el lanzamiento de Byredo de su nueva colección con Lucia Pica.

Cuidado de la piel

En 2023, los ingresos netos en Cuidado de la piel, nuestro segmento de negocio de más rápido crecimiento, aumentaron un 30,9% hasta 430,9 millones de euros desde 329,1 millones de euros en 2022. Este aumento se debió principalmente a:

- i. el continuo crecimiento de Charlotte Tilbury, principalmente en Norteamérica y EMEA, con “Magic Cream”, su producto estrella en el segmento de negocio Skincare. La gama Magic Skin se fortaleció en 2023 con los lanzamientos de “Magic Water Cream” y “Magic Body Cream”;
- ii. Nuestras marcas de dermocosmética, Uriage y Apivita, crecen a tasas de dos dígitos, principalmente en EMEA;
- iii. el desempeño de nuestras dos marcas Skincare Wellness, Kama Ayurveda, que abrió una tienda insignia en Notting Hill en Londres (su primera tienda fuera de India), y Loto del Sur, que consolidamos por primera vez durante un año completo en 2023; y
- iv. lanzamientos de nuevos productos (distintos de los de Charlotte Tilbury mencionados anteriormente), incluido el lanzamiento de Apivita de la “línea Beevine Elixir”, una gama antienvjecimiento que restaura el equilibrio de colágeno de la piel impulsada por el complejo Propolift, una nueva tecnología patentada desarrollada después de siete años de investigación; el lanzamiento de Uriage de “Serum booster H.A”; y los lanzamientos de Kama Ayurveda de “Renovación del contorno de ojos” y crema de día “Kumkumadi”.

Ingresos Netos por Segmento Geográfico

La siguiente tabla presenta los ingresos netos por segmento geográfico con el cambio porcentual entre años:

(millones de euros, excepto los %)	2023	Y23/Y22 % Variación	2022
EMEA	2.322,1	18,5	1.959,9
Americas	1.543,0	17,6	1.311,9
Asia-Pacific	439,0	26,2	347,8
Total	4.304,1	18,9	3.619,6

En 2023, los ingresos netos crecieron en todos los segmentos geográficos. EMEA fue el principal contribuyente en términos absolutos (un aumento de 362,2 millones de euros o un crecimiento del 18,5% en comparación con 2022), seguida de América (un aumento de 231,1 millones de euros o un crecimiento del 17,6% en comparación con 2022) y Asia-Pacífico (un aumento de 91,2 millones de euros o un crecimiento del 26,2% respecto a 2022), que fue nuestro segmento geográfico de más rápido crecimiento.

EMEA

En 2023, los ingresos netos en EMEA aumentaron un 18,5% alcanzando los 2.322,1 millones de euros (1.959,9 millones de euros en 2022), lo que refleja un crecimiento superior al del mercado en 2023. En particular, el crecimiento estuvo liderado por el segmento de fragancias selectivas.

Un punto destacado clave en esta región fue la continua posición de liderazgo de Charlotte Tilbury en el Reino Unido y su expansión a Polonia y Suecia. Además, Kama Ayurveda abrió una tienda insignia en Notting Hill, Londres, y las marcas de dermocosmética Uriage y Apivita crecieron a tasas de dos dígitos en esta región en 2023. Europa es el mercado de origen de la mayoría de las marcas de Puig, lo que refuerza su posicionamiento en este continente, donde los ingresos netos crecieron en los principales mercados de la zona, que por tamaño son: Reino Unido, España y Francia, tres mercados que están dentro del top 5 de Puig.

Oriente Medio continuó creciendo tras reforzarse la estructura de Puig con la filial en EAU (Puig Emirates) en 2022, y se vio una evolución en las fragancias de la categoría Niche y en el negocio de maquillaje.

Americas

En 2023, los ingresos netos en América aumentaron un 17,6% hasta alcanzar los 1.543,0 millones de euros (1.311,9 millones de euros en 2022), impulsados por nuestros tres mercados principales: Estados Unidos, Brasil y México. Los tres se encuentran entre nuestros diez principales mercados a nivel mundial.

El segmento geográfico de América se divide en dos áreas con características distintas:

- i. En Norteamérica (EE.UU. y Canadá), EE.UU. es nuestro principal mercado en términos de ingresos netos. En el mercado de belleza más grande del mundo, somos considerados la empresa de más rápido crecimiento en el sector. En esta región, Fragancias y Moda sigue siendo nuestro principal segmento de negocio, aunque en 2023 ampliamos nuestro segmento de negocio de Maquillaje gracias al lanzamiento de la oferta de maquillaje de Rabanne como parte de nuestra estrategia para expandir y elevar las marcas Prestige. El aumento en el segmento de negocios de Maquillaje fue impulsado principalmente por el éxito de Charlotte Tilbury; y
- ii. En Latinoamérica, el segmento de negocio de Fragancias y Moda fue el más significativo, y los principales mercados por ranking de ingresos netos fueron Brasil, México y Chile.

Carolina Herrera se mantuvo como la marca líder Prestige en esta región, gracias a “Good Girl”, seguida por Rabanne y Jean Paul Gaultier. La consolidación de Loto del Sur fortaleció nuestras posiciones significativas dentro de la categoría Skincare Wellness en la región, principalmente en Colombia, donde la marca cuenta con más de 20 tiendas propias.

Asia-Pacific

En 2023, los ingresos netos en Asia-Pacífico aumentaron un 26,2% hasta los 439,0 millones de euros (347,8 millones de euros en 2022). La presencia de nuestras marcas en este segmento geográfico está muy diferenciada en función de las características de cada mercado. Charlotte Tilbury siguió siendo la marca más grande de Asia-Pacífico en nuestra cartera y Byredo fue la marca de más rápido crecimiento. Además, continuamos aumentando nuestra presencia con la apertura de nuevas tiendas para Carolina Herrera, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Byredo y Christian Louboutin.

La consolidación en nuestros resultados anuales de la marca india Kama Ayurveda, adquirida en 2022, reforzó nuestra presencia en la categoría Skincare Wellness y el posicionamiento de la marca en India y el segmento geográfico Asia-Pacífico, además de ampliar nuestra presencia en DTC con más de 60 tiendas propias.

Resultado operativo

El beneficio operativo aumentó un 29,2% alcanzando los 693,0 millones de euros (536,5 millones de euros en 2022).

(millones de euros, excepto los %)	2023	Y23/Y22 % Variación	2022
Fragancias y moda	587,2	23,9	473,9
Maquillaje	62,2	77,2	35,1
Cuidado de la piel	43,6	58,6	27,5
Total	693,0	29,2	536,5

Fragancia y moda

En 2023, el beneficio operativo de Fragancias y Moda aumentó un 23,9 % alcanzando los 587,2 millones de euros (473,9 millones de euros en 2022). Este aumento refleja principalmente el crecimiento positivo y continuo de nuestras marcas Prestige, particularmente en nuestros mercados principales: EMEA y América, donde tenemos una fuerte presencia y posiciones de liderazgo contribuyendo así a una mayor rentabilidad.

Maquillaje

En 2023, el beneficio operativo de Maquillaje aumentó un 77,2 % alcanzando los 62,2 millones de euros (35,1 millones de euros en 2022). Este aumento refleja principalmente la buena evolución de Charlotte Tilbury, compensado parcialmente por otras marcas dentro del sector de Maquillaje que se encuentran en una fase inicial de desarrollo y por lo tanto no han alcanzado el volumen necesario para obtener una mayor rentabilidad. Por ejemplo, el reciente lanzamiento de la oferta de maquillaje de Rabanne requiere mayores niveles de inversión a medida que comenzamos a construir su presencia en este segmento de negocio, lo que limita la rentabilidad en el corto plazo.

Cuidado de la piel

En 2023, el beneficio operativo de Skincare aumentó un 58,6 % alcanzando los 43,6 millones de euros (27,5 millones de euros de 2022). Este aumento refleja principalmente la buena evolución de Charlotte Tilbury y la consecución de economías de escala que benefician nuestros niveles de gastos tanto en publicidad como en promoción y ventas y gastos generales y administrativos.

3. Acciones propias

En mayo de 2023, Puig Brands adquirió 21.000.000 de sus acciones a su accionista único, Puig, S.L., por un importe total de 344.775 miles de euros.

Todas las operaciones realizadas con acciones propias se detallan en la nota 22 de la memoria consolidada.

A diciembre de 2023, Puig Brands posee 6.450.627 acciones propias por importe de 105.907 miles de euros.

4. Gestión de riesgos financieros

Gestión del riesgo de tipo de cambio de moneda extranjera

El Grupo opera en un entorno internacional y por tanto está expuesto al riesgo de tipo de cambio en las transacciones en divisas, especialmente en lo que respecta al USD y GBP (siendo el euro la moneda funcional del Grupo y la moneda de la matriz). El riesgo de cambio está asociado con transacciones comerciales futuras, activos y pasivos reconocidos e inversiones netas en moneda extranjera.

Puig realiza una parte importante de sus ventas a clientes y a sus propias filiales así como determinadas compras en moneda distinta a su moneda funcional (euro). Los instrumentos de cobertura se utilizan para reducir los riesgos cambiarios derivados de las fluctuaciones de monedas diferentes a las monedas funcionales de las empresas.

Antes de final de año, como parte de la elaboración presupuestaria, las empresas de Puig son responsables de identificar la exposición a los flujos de caja en moneda extranjera. El Grupo analiza de forma centralizada la exposición y contrata las coberturas adecuadas. Los riesgos de tipo de cambio identificados se cubren mediante contratos a plazo u opciones.

Puig ha implementado una estricta política para gestionar, medir y monitorizar estos riesgos. Las actividades se organizan en base a una clara segregación de funciones entre el front office, middle office y back office que se encargan de la medición, cobertura y administración y control financiero. La estrategia de cobertura siempre debe presentarse a la alta dirección para su aprobación.

Los préstamos bancarios están denominados principalmente en euros, lo que representa el 95% del total de los préstamos bancarios a 31 de diciembre de 2023 (96% al 31 de diciembre de 2022). Como resultado, nuestro riesgo cambiario relacionado con los préstamos bancarios es limitado.

Los instrumentos derivados contratados para cobertura de tipo de cambio se contabilizan de acuerdo con principios de contabilidad de cobertura.

Disponemos de coberturas de tipo de cambio para cubrir posibles fluctuaciones de moneda extranjera. En la nota 28 de la memoria consolidada se presentan el efecto en nuestra cuenta de resultados y patrimonio resultante de una apreciación o depreciación del dólar estadounidense y la libra esterlina, respectivamente. Nuestra sensibilidad a la libra esterlina se debe principalmente a la fortaleza de Charlotte Tilbury en el Reino Unido, nuestro mayor mercado europeo.

Riesgo de tipo de interés

El riesgo de tipo de interés de Puig surge de la deuda corriente y no corriente con entidades bancarias. El objetivo de Puig es tener una elevada proporción de deuda a tipo fijo o tipo variable cubierta mediante swaps de tipos de interés (IRS). El principal objetivo de la gestión es proteger el beneficio neto del impacto de cambios significativos en los tipos de interés.

Puig utiliza instrumentos financieros derivados (swaps de tipos de interés) para cubrir el riesgo de variaciones de los tipos de interés de algunos préstamos. Dichos instrumentos financieros derivados se reconocen inicialmente a su valor razonable en la fecha en que se contrata un contrato de derivado y posteriormente se vuelven a valorar a su valor razonable. El valor razonable a 31 de diciembre de 2023 asciende a 14.891 miles de euros (2022: 42.078 miles de euros; 2021).

Un aumento del 2% en el tipo de interés de mercado podría suponer un aumento de los gastos por intereses financieros de 5,9 millones de euros (2022: 5,7 millones de euros).

Riesgo de crédito

El riesgo de crédito es el riesgo al que está expuesto Puig en caso de que un cliente o contraparte incumpla su obligación de pago.

Para mitigar este riesgo Puig cuenta con una política de crédito y gestiona su exposición al riesgo de cobro en el curso normal de sus operaciones. Puig evalúa el crédito concedido a todos sus clientes por encima de una determinada cantidad. Asimismo, Puig dispone de un seguro de crédito para la mayoría de sus cuentas a cobrar.

El Grupo reconoce el deterioro en función de su mejor estimación de las pérdidas esperadas en operaciones comerciales y otras cuentas por cobrar. Las principales pérdidas por deterioro reconocidas se deben a pérdidas específicas relativas a individualmente riesgos identificados. Al cierre del ejercicio estas pérdidas por deterioro son irrelevantes.

La exposición máxima al riesgo de crédito en relación con las cuentas a cobrar comerciales es el importe que se refleja en la Nota 18 anterior por importe de 501.861 (2022: 405.946 miles de euros). Los clientes de Puig están razonablemente fragmentados, por lo que individualmente ninguno de ellos representa más del 10% del importe total de las cuentas por cobrar comerciales.

Puig tiene cantidades no utilizadas de líneas de crédito que pueden utilizarse para cubrir déficits de caja operativos.

Además, para mitigar este riesgo de crédito, el Grupo ha transferido este riesgo a terceros mediante factoring sin recurso de cuentas por cobrar comerciales, en estos casos el Grupo no retiene ningún riesgo de crédito.

El riesgo de crédito también surge del efectivo y equivalentes de efectivo, instrumentos financieros derivados y depósitos en bancos e instituciones financieras. Para mitigar este riesgo crediticio, el Grupo sólo trabaja con bancos con calificaciones crediticias sólidas según lo calificado por las agencias de calificación internacionales. La solvencia de estas entidades, tal como se indica en las calificaciones crediticias de cada entidad, se revisa periódicamente con el fin de realizar una gestión activa del riesgo de contraparte.

Los activos sujetos a la exposición al riesgo de crédito reconocidos en el balance se detallan en la nota 28 de la memoria consolidada.

Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez es el riesgo de que el Grupo no pueda hacer frente a sus obligaciones financieras a su vencimiento. El enfoque del Grupo para gestionar la liquidez es garantizar, cuando sea posible, que siempre tenga suficiente liquidez para liquidar sus obligaciones en la fecha de vencimiento.

Puig utiliza técnicas de planificación financiera para gestionar el riesgo de liquidez, teniendo en cuenta el vencimiento de los activos y pasivos financieros y las proyecciones de flujos de caja. El objetivo de Puig es equilibrar las necesidades estructurales y las necesidades excepcionales de tesorería con los préstamos y descubiertos contratados, para asegurarse de que podrá utilizarlos en función de su situación de liquidez.

Como consecuencia de lo anterior el Grupo considera que dispone de liquidez y acceso a financiación a medio y largo plazo que le permite asegurar los recursos necesarios para hacer frente a los potenciales compromisos para futuras inversiones.

Puig tiene cantidades no utilizadas de líneas de crédito que pueden utilizarse para cubrir déficits de caja operativos.

Los vencimientos de los principales pasivos financieros se detallan en la nota 28 de la memoria consolidada.

Gestión de capital

El objetivo de Puig es salvaguardar su capacidad de seguir gestionando sus actividades recurrentes y su capacidad de seguir creciendo, optimizando el ratio de deuda sobre capital y creando valor para el accionista.

El objetivo principal de la gestión de capital de Puig es asegurar una estructura financiera que permita optimizar el coste de capital y mantener una posición financiera sólida, con el fin de acceder a los mercados financieros a un coste competitivo para cubrir las necesidades de financiación.

Puig gestiona su capital para asegurar que determinados ratios financieros sean los adecuados para desarrollar su negocio, manteniendo un alto nivel de solvencia para poder proporcionar una rentabilidad adecuada a sus accionistas. El ratio de endeudamiento neto, así como su cálculo se detallan en la nota 28 de la memoria consolidada.

El volumen de capital se determina en función de los riesgos existentes, realizándose los correspondientes ajustes al capital de acuerdo con los cambios en el entorno económico y los riesgos gestionados

5. Información sobre el periodo medio de pago a proveedores

El periodo medio de pago a proveedores de las sociedades españolas de conformidad con la legislación vigente se detalla en la nota 29.3 de la memoria consolidada adjunta.

Periodo medio de pago a proveedores: Se entenderá por la media ponderada entre el ratio de operaciones pagadas y el ratio de operaciones no pagadas.

Ratio de operaciones pagadas: Se entenderá por la diferencia ponderada entre los días naturales que hayan transcurrido desde la fecha de recepción de los bienes o servicios (no obstante, a falta de información fiable sobre el momento en que se produce esta circunstancia, se tomará la fecha de recepción de la factura) hasta el pago material de la operación.

Ratio de operaciones pendientes de pago: Se entenderá por la diferencia ponderada entre los días naturales que hayan transcurrido desde la fecha de recepción de los bienes o servicios (no obstante, a falta de información fiable sobre el momento en que se produce esta circunstancia, se tomará la fecha de recepción de la factura) hasta el último día del periodo al que se refieran las cuentas anuales.

6. Estado de información no financiera

Conforme a lo dispuesto en el artículo 49 del Código de Comercio, Puig incluye en el Informe de Gestión consolidado el Estado de Información no financiera consolidado, optando por la elaboración de un Estado separado.

7. Producción, actividades de investigación y desarrollo y aspectos sociales

Costes de producción

Para fabricar nuestros productos necesitamos materias primas de alta calidad, como aceites esenciales y alcoholes, así como envases de vidrio y componentes de embalaje, que compramos a diversos proveedores terceros. El precio de mercado de las materias primas que necesitamos para nuestro negocio depende de una amplia gama de factores que están fuera de nuestro control y que son muy difíciles de predecir, como la escasez, la competencia entre proveedores, las fluctuaciones en los índices de materias primas y la inflación. Como resultado de la pandemia de COVID-19 y la guerra en Ucrania, el mercado experimentó desafíos en la cadena de suministro global como resultado de la escasez de componentes en toda la industria y retrasos en el transporte. En este contexto, por ejemplo, experimentamos una considerable inflación de los precios del vidrio durante 2022 debido a los mayores costes de energía, pero aun así pudimos obtener un suministro adecuado para nuestras necesidades con una cadena de suministro sólida que presenta relaciones a largo plazo con los proveedores.

Por lo general, hemos logrado traspasar esos costes adicionales a nuestros consumidores ajustando nuestros precios de acuerdo con los cambios en el precio que pagamos por nuestras materias primas. Tenemos una exposición limitada a los costes de energía y materias primas, que no representan una gran parte de nuestros gastos operativos, y un fuerte poder de fijación de precios entre los consumidores debido a los altos márgenes que caracterizan al segmento premium de la industria de la belleza.

Actividades de investigación y desarrollo

Como parte de nuestra estrategia para liderar la innovación dentro del sector, Puig promueve constantemente el espíritu emprendedor de las marcas y de las personas que forman parte de la empresa.

Desarrollar y lanzar nuevos productos ayuda a mantener el atractivo de las marcas Puig, aumenta la fidelidad de los clientes y fomenta las compras. El enfoque de la compañía en esta área es un componente crítico de su plan de crecimiento y su crecimiento dependerá, en parte, de su capacidad para continuar siendo innovadora y lanzar nuevos productos.

El diseño de producto se lleva a cabo internamente, junto con socios clave, para garantizar la coherencia y fortalecer el carácter y la identidad de cada marca. El proceso comienza con una idea innovadora en el centro de la marca, que se trabaja mano a mano con los equipos de innovación y desarrollo para hacerla realidad.

En 2023, Puig continuó activando sus alianzas de marca con startups y agencias líderes para probar nuevas tecnologías que brinden nuevas experiencias al consumidor como:

- Charlotte Tilbury lanzó su primera aplicación en junio, diseñada para llegar a todos en todas partes, independientemente de su nivel de experiencia en belleza.
- Para celebrar la nueva fragancia Good Girl Blush, Carolina Herrera amplió sus horizontes digitales con una nueva colección de non-fungible tokens (NFTs).
- Rabanne presentó Rabanne Virtual Try-On, una innovación pionera en el mercado que usa animaciones hiperrealistas en 3D para ofrecer una experiencia de compra de productos de belleza verdaderamente inmersiva.
- Penhaligon's continuó con el lanzamiento del programa Re-use & Make New Refill aprovechando la tecnología de recarga desarrollada en colaboración con el equipo de Puig Technologies.

Aspectos sociales

El activo más valioso que tiene Puig son las personas. El año 2023 estuvo marcado por la revisión y el lanzamiento de una nueva versión del Código Ético, que establece el marco de referencia para el comportamiento que se espera de todas las personas que trabajan en Puig y también de todas aquellas que se relacionan con Puig.

El éxito de Puig como empresa reside en el talento de las personas que trabajan en ella. A medida que la compañía afronta nuevos retos, se hace necesario capturar lo que está sucediendo en el mundo y aportar perspectivas novedosas y diversas.

Por eso, la versión actualizada del Código Ético, lanzado en 2023, reafirma la determinación de Puig de convertirse en un referente del cambio sostenible, priorizando la sostenibilidad medioambiental y la conciencia y el respeto por la diversidad.

Puig es consciente de la importancia crucial de atraer, desarrollar y fidelizar a los colaboradores con talento y que el entorno de trabajo de Puig esté marcado por una cultura respetuosa con los derechos humanos, inclusiva y no discriminatoria, así como la necesidad de adaptarse a un mundo cambiante. En esta línea, en 2023 se han producido una serie de hitos:

- Adopción de medidas que refuerzan el compromiso de Puig con los derechos humanos y con la inclusión y no discriminación, como la aprobación de la Política de Derechos Humanos.
- Actualización del Protocolo de Prevención del Acoso en las unidades de España y seguimiento de las medidas en el marco del Plan de Igualdad en España.
- Lanzamiento del programa de formación en liderazgo (LIT) para facilitar a los líderes de la organización las habilidades necesarias para conducir el cambio transformador que plantea el plan estratégico de Puig.

- Apertura de un hub regional en Miami (EE.UU.), lo que permite consolidar la presencia de Puig en el mercado latinoamericano y aprovechar el crecimiento del negocio de Travel Retail. La sede de Miami permite beneficiarse del talento local para elevar las marcas Prestige líderes en la región e impulsar una cuidada expansión del portfolio Niche. Este emplazamiento incrementa el atractivo de Puig para captar el talento necesario.
- Crecimiento de número de filiales y de la estructura organizativa, con mayor presencia internacional fuera de Europa, especialmente en América y Asia y con la apertura de las filiales de Japón y Corea del Sur.
- Expansión de la sede corporativa de Barcelona con la apertura de un segundo edificio, que representa la apuesta de Puig por seguir creciendo y refleja su propósito y valores, así como el compromiso de seguir ofreciendo la mejor experiencia en Puig.

7. Hechos posteriores

En la nota 32 de la memoria consolidada se detallan los hechos significativos ocurridos con posterioridad a la fecha de cierre del ejercicio 2023.

FORMULACIÓN

El Consejo de Administración de Puig Brands, S.A., a 19 de marzo de 2024, formula las cuentas anuales consolidadas de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea (integrados por el balance de situación consolidado, la cuenta de resultados consolidada, el estado de resultado global consolidado, el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado, el estado de flujos de efectivo consolidado, la memoria de las cuentas anuales consolidadas y el informe de gestión consolidado) correspondientes al ejercicio anual terminado en 31 de diciembre de 2023.

Mr. Marc Puig Guasch
Presidente

Mr. Manuel Puig Rocha
Vicepresidente

Mr. Rafael Cerezo Laporta
Consejero Coordinador

Mr. Patrick Raji Chalhoub
Consejero

Mr. Jordi Constans Fernandez
(identificado en su pasaporte
como **Jorge Valentín Constans
Fernández**)
Consejero

**Ms. Ángeles Garcia-Poveda
Morera**
Consejera

Mr. Daniel Lalonde
Consejero

Ms. Christine Ann Mei
Consejera

Mr. Nicolas Mirzayantz
Consejero

Mr. Josep Oliu Creus
Consejero

Mr. Yiannis Petrides
(identificado en su pasaporte
como **Ioannis Petrides**)
Consejero

Mr. Jordi Puig Alsina
Consejero

Ms. Marian Puig Guasch
Consejero

Mr. Xavier Puig Alsina
Consejero



Puig Brands, S.A.
Plaza Europa, 46-48,
08902 L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona, Spain.

www.puig.com
www.instagram.com/puig_official
www.linkedin.com/company/puig



PUIG











Un hogar de
marcas altamente
deseadas, dentro
de una empresa
familiar, que
fomentan

rabanne

CAROLINA HERRERA

Charlotte Tilbury

Jean Paul
GAULTIER

NINA RICCI

BYREDO


PENHALIGON'S
EST. LONDON 1870

L'ARTISAN PARFUMEUR

DRIES VAN NOTEN

PUIG

el bienestar,
la confianza y la
autoexpresión,
además de dejar
un mundo mejor.

Christian
Louboutin

URIAGE
EAU THERMALE

APIVITA


LOTO DEL SVR

KAMA
AYURVEDA

BANDERAS

ADOLFODOMINGUEZ

	1. Mensaje del Presidente Ejecutivo	15
	2. Perfil de la compañía	25
	Un hogar de marcas deseadas	29
	Gobierno corporativo	45
	Contexto de negocio	48
	3. Performance	51
	Principales magnitudes 2023	55
	Segmentos de negocio	58
	Segmentos geográficos	67
	Canales	70
	Innovación	73
	4. Compromiso con la sostenibilidad	77
	La Agenda ESG 2030	85
	Medioambiente	89
	El camino al <i>net zero</i> y la contribución al 1,5°C	90
	Productos responsables y sostenibles	93
	Gestión responsable de proveedores	97
	Circularidad	101
	Eficiencia	103
	Naturaleza y biodiversidad	109
	Aspectos relacionados con la sociedad	113
	Social	116
	Las personas en Puig	116
	Acciones para maximizar el impacto	126
	Relación con nuestros consumidores	139
	Gobernanza	140
	Gestión de los Derechos Humanos	140
	Control Interno	141
	Compromiso fiscal	142
	<i>Compliance</i>	143
	Modelo de gestión de riesgos	145
	Auditoría interna	146
	Materialidad	147
	5. Anexos	151
Anexo	1. Trayectoria profesional de los miembros del Consejo de Administración	155
Anexo	2. Indicadores medioambientales	162
Anexo	3. Indicadores de gestión de personas	169
Anexo	4. Normas ISO	180
Anexo	5. Estándares internacionales de referencia	181
	6. Relación de contenidos del pacto mundial	193
	7. Marco de la memoria	199
	8. Informe de verificación	203



1

PUIG

Mensaje del Presidente Ejecutivo



Crecimiento sostenible para un futuro a largo plazo

Este ha sido un año de crecimiento espectacular para Puig, superando de nuevo los objetivos de ventas y beneficios marcados y alcanzando por tercer año consecutivo máximos históricos en ingresos y beneficio neto. También es el tercer año consecutivo de crecimiento por encima del mercado.

Puig cerró 2023 con unos ingresos netos de 4.304 M€ (+19% respecto a 2022), un EBITDA de 849 M€ y un beneficio neto de 465 M€. Estos resultados permitirán repartir un dividendo en el primer semestre de 2024 de 186 M€. Si echamos la vista atrás, podemos decir orgullosos que se trata de los mejores resultados de la historia de **Puig**, pero me gustaría poner estos datos en perspectiva para entender realmente el alcance de estas cifras: en 2021 dijimos que íbamos a duplicar nuestras ventas del 2020 en tres años (lo que significaba llegar a 3.000 M€ para finales de 2023) y que las triplicaríamos en cinco años (4.500 M€ para finales de 2025). La realidad es que duplicamos las ventas en dos años en lugar de tres y que hemos acabado 2023 no muy lejos del resultado que esperábamos para 2025.

Un logro que no ha sido nada fácil en un entorno cada vez más difícil a medida que avanzaba el año. Esto no ha sucedido por casualidad, sino por el magnífico trabajo, entrega y pasión de las más de 11.120 personas que forman parte de **Puig**.

Estos resultados son el fruto de una serie de apuestas que nos han traído hasta aquí. En primer lugar, la apuesta por elevar el *portfolío* y por la expansión y la internalización –conviene recordar aquí que hace 20 años el 47% de las ventas se hacían en España. También la apuesta por las marcas propias, que ya suponen más del 90% de los ingresos, y por la categoría Niche. Y, finalmente, por la extensión a las otras categorías del sector de la belleza a través de adquisiciones para ir construyendo cuidadosamente un *portfolío*, asociándonos con fundadores visionarios con quienes compartimos los mismos valores y visión de construcción de marca.

A pesar de un entorno muy marcado por la incertidumbre, nuestro espíritu emprendedor y creativo, junto a la pasión de nuestros colaboradores y a la innovación de nuestras Premium Love Brands, han impulsado a **Puig** en 2023 en todos los segmentos de negocio en los que participa: fragancias y moda, maquillaje y cuidado de la piel.

Estos resultados fueron reconocidos con el Premio WWD Honor para **Puig** como Best-Performing Beauty Company, Large-Cap, en los WWD Honors 2023 en octubre en Nueva York.



¹ Estas fuentes incluyen publicaciones oficiales y disponibles públicamente, así como fuentes confidenciales de terceros, como Euromonitor, NPD Group y otros datos de paneles de terceros (estimación de la compañía sobre el mercado).

Los editores del prestigioso medio destacaron que “la constante inyección de creatividad de la empresa ha impulsado las ventas a la estratosfera”. En palabras de Jenny B. Fine, editora ejecutiva de Beauty, WWD y Beauty Inc., “**Puig** no está subido a la ola de la belleza, la está creando”. Asimismo, el diseñador Dries Van Noten, cuya marca homónima se unió a nuestro *portfolio* en 2018, fue distinguido como Diseñador del Año por su enfoque único y colorido no solo de sus prendas, sino también de sus accesorios y de su línea de belleza.

Hemos cerrado el tercer y último año del plan estratégico 2021-23 y trabajamos con una estructura organizativa consolidada, que hemos reforzado este año con la incorporación de Marc Toulemonde como Presidente de Derma y con el nombramiento de Marine De Boucaud como **Puig** Deputy Corporate Human Resources Officer, quien sucede a Eulalia Alfonso como Chief Human Resources Officer a partir del 1 de enero de 2024.

Nuestro segmento de fragancias y moda registró un incremento del 17% en ingresos netos y ha ganado cuota de mercado, gracias al buen comportamiento de los icónicos 1 Million, de Rabanne, y Good Girl, de Carolina Herrera, y a los exitosos lanzamientos de Le Male Elixir y Gaultier Divine, de Jean Paul Gaultier. Rabanne ha sido la primera de nuestras marcas en alcanzar la marca de los 1.000 millones de euros en ingresos y Jean Paul Gaultier es la que más crece este año. Gracias a estos hitos estimamos que incrementamos nuestra cuota de mercado al 11% mundial en el negocio de fragancias de distribución selectiva durante este año 2023¹, tras alcanzar por primera vez en 2022 el objetivo marcado del 10%.

Puig siguió apostando por sus marcas Niche en este segmento de negocio, en el que aspiramos a una de las primeras posiciones del liderazgo mundial, para dar respuesta a un creciente número de consumidores sofisticados que valoran el lujo y la artesanía y que buscan productos y fragancias con las que se identifican personalmente y consumen productos diferenciados en función del momento en que se encuentren.

El negocio de cuidado de la piel fue el segmento de negocio de **Puig** que más creció en 2023 incrementando en un 31% sus ingresos netos. El éxito de la gama Charlotte's Magic Skin de Charlotte Tilbury, las innovaciones dermatológicas con base científica de Uriage y Apivita, y la consolidación de Kama Ayurveda y Loto del Sur en nuestro *portfolio* han sido clave en este crecimiento.

El negocio de maquillaje incrementó en un 23% en ingresos netos, y sigue estando liderado por Charlotte Tilbury, que celebró 10 años de historia con resultados extraordinarios en su mercado local, Reino Unido, y en Norteamérica y Europa. También destaca el lanzamiento de la línea de maquillaje de Rabanne.

Además, estos buenos resultados se dieron en todas las geografías. Estamos invirtiendo en regiones con gran potencial de crecimiento para nuestras marcas y donde hemos establecido una fuerte presencia, como son India, Oriente Medio y, más ampliamente, Asia. Al tiempo, seguimos fortaleciendo todos nuestros mercados principales, Europa y América en su conjunto. Quiero destacar la actividad de EE. UU. ya que este país es el mercado de belleza más grande del mundo y el primer país en el *ranking* de ingresos para **Puig**. Hemos creado un *hub* regional en Miami para intensificar el desarrollo para el canal *travel retail* en el área. Y hemos visto a Good Girl convertirse en el perfume más vendido en EE. UU. en diciembre de 2023, un hito histórico sin precedentes para **Puig**.

En cuanto a canales, las ventas en *travel retail* tuvieron un crecimiento más medido que los años anteriores, principalmente marcado por Asia. Se incrementaron los puntos de venta y se reforzó la venta *online*, con mayor presencia digital de nuestras marcas a través de sus propios *e-commerce*.

En 2023 hemos invertido en nuevas oficinas en París, Londres y Nueva York (estas dos últimas se inauguran en 2024), además del citado *hub* de Travel Retail en Miami, y hemos incrementado nuestra presencia en Barcelona con la apertura de una nueva Torre **Puig** de 20 pisos, que amplía nuestra sede corporativa y demuestra una vez más nuestro legado y compromiso con la ciudad de Barcelona.

Continuamos implementando nuestra hoja de ruta ESG para ser un referente de sostenibilidad en la industria ya que ese es el mandato que hemos recibido de nuestros accionistas. Eso supone valorar la sostenibilidad ambiental, una sociedad diversa e inclusiva y los criterios de buen gobierno en todas nuestras decisiones y nuestra actividad diaria. Y seguir contribuyendo globalmente a dos ambiciosos objetivos de sostenibilidad: limitar el calentamiento global a 1,5°C para 2030 –en consonancia con el Acuerdo de París– y ser *net zero* en 2050.

Nuestra agenda está alineada con los estándares internacionales más reconocidos y va más allá de los requerimientos legales y los estándares internacionales más exigentes para maximizar nuestra aportación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), e incluye ambiciosos objetivos en tres dimensiones (planeta, personas y ética).



En 2023 hemos logrado completar la integración de todos los negocios de **Puig** a nuestra Agenda ESG 2030, hemos avanzado en el compromiso de nuestros líderes al incluir criterios ESG en su retribución anual y nos hemos incorporado al Proyecto Fashion Task Force de la coalición Sustainable Markets Initiative.

Mantuvimos la evaluación del impacto de las actividades de **Puig** a través de distintas certificaciones internacionales en las que hemos registrado progresos significativos. Mantenemos la Gold Medal en EcoVadis incrementando la puntuación desde 67 a 70/100. También avanzamos en Sustainalytics, que posiciona **Puig** en la novena posición de 104 compañías de nuestra industria, una mejora de 42 posiciones respecto a 2022. Y por primera vez hemos sido reconocidos con una A en la categoría de Climate Change por parte de CDP (Carbon Disclosure Project). Esto coloca a **Puig** en el top 2 de las más de 21.000 compañías listadas en todo el mundo. Kama Ayurveda, además, fue reconocida con la certificación Positive Luxury y la certificación B Corp de Apivita mantiene una de las puntuaciones más altas de la industria.

En el aspecto de la responsabilidad social, hemos celebrado la 8ª edición de la iniciativa Makers, de Invisible Beauty, programa de acción social de **Puig** que impulsa la co-creación entre emprendedores sociales y equipos internos de la compañía, generando sinergias y alianzas que promueven la igualdad, el empoderamiento femenino, y la producción y consumo responsables. También nos asociamos con PhotoVogue Festival 2023, un festival de fotografía de moda que promueve a nuevos talentos para ayudar a fomentar un mundo más inclusivo. Y todas nuestras marcas propias tienen objetivos medioambientales o sociales diferentes asociados a su propósito como marca.

En el eje de gobernanza, se ha implantado un nuevo modelo de *compliance* que refuerza el área de cumplimiento normativo y se ha aprobado y lanzado una nueva versión del Código Ético, en línea con las nuevas ambiciones de la compañía y con alcance de todos los negocios a nivel global.

También estamos orgullosos de nuestra colaboración con la 37ª America's Cup, incluida la primera edición de la **Puig Women's America's Cup**, que se celebra en Barcelona en 2024. Este acuerdo tiene un significado especial para **Puig**, ya que refleja nuestra identidad local como empresa nacida en Barcelona, nuestro rico patrimonio deportivo marítimo y nuestra presencia global, además de promover la igualdad de género dentro del deporte de la vela.

Puig es una empresa familiar, guiada por los valores y principios que definen su forma de ser. Somos el hogar de nuestras Premium Love Brands, marcas fuertes, llenas de personalidad y de potencia que nos hacen mirar al futuro con ilusión y confianza y tenemos un equipo único, comprometido y entusiasta.

En 2024 celebramos nuestros 110 años de historia y, aunque el entorno sigue siendo incierto, el porvenir es emocionante. Seguiremos trabajando con pasión y dedicación en el éxito de nuestra compañía y de nuestras marcas.

— **Marc Puig**
Presidente Ejecutivo



4.304 M€

(+19% vs 2022)
Best-Performing Beauty Company
(WWD Honor Award)

465 M€

Beneficio neto
(+16% vs 2022)

16

Premium Love Brands
de nueve países diferentes

32

Sedes de marcas y filiales en todo el mundo

7

Plantas de producción en cuatro países

-9%

Emissiones de GEI (tCO₂e) por ingresos netos (M€)
vs. 2022

11.124

Profesionales colaboradores directos en 36 países

2024

Patrocinador global de la 37^a Copa América y de la
primera **Puig** Women's America's Cup

ESG

En el centro de nuestra estrategia.
Puig, empresa comprometida con ser un referente
en materia ESG en el sector



Puntuación:
Climate (A)
Water (A-)
Forest (B paper) /
(B aceite de palme)



Puntuación de
70/100 Medalla Gold



Puntuación de 20,7
(Riesgo Medio –
ESG Risk Rating)



2

Perfil de la compañía



E06.04



Un hogar de marcas deseadas

Nuestro 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.

Nuestros 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.



Puig es un hogar de marcas deseadas, que genera fuertes vínculos emocionales y un compromiso duradero con los consumidores a través de las magníficas historias que cuenta.

Es una empresa familiar con 110 años de historia. La familia que hay detrás es la columna vertebral de los valores de la compañía, que se han ido transmitiendo durante las tres últimas generaciones, así como de su visión, que ha definido los pilares de la estrategia empresarial. Es esta visión la que permite a **Puig** fijar objetivos a largo plazo para la compañía, sus marcas y la comunidad.

Desde hace más de un siglo, cada generación de la familia **Puig** se ha comprometido con dejar un mundo mejor y una compañía más sólida que la que heredaron, guiados por una forma de hacer negocios — *the Puig way* — que ha pasado de generación en generación.

Actualmente, la compañía sigue construyendo sobre este legado, de acuerdo con la Agenda ESG (medioambiental, social y de gobernanza corporativa) de **Puig**, alineada con los ODS de las Naciones Unidas, y fieles al propósito y los valores que han orientado a la compañía a lo largo de su historia y que están reflejados en el Código Ético.

Desde 1914, el espíritu emprendedor, la creatividad y la pasión por la innovación han convertido a **Puig** en un referente en el ámbito de la belleza y la moda. Con presencia en los segmentos de negocio de fragancias y moda, maquillaje y cuidado de la piel, el *portfolio* de **Puig** cuenta con 16 Premium Love Brands procedentes de nueve países diferentes, cada una de ellas con una identidad fuerte y auténtica y complementarias estratégicamente.

El enfoque competitivo y disruptivo para construir negocios de **Puig**, junto a las raíces y culturas propias de cada firma, ha hecho posible tener un *portfolio* potente y atractivo. Durante las últimas décadas, **Puig** ha construido cuidadosamente este *portfolio*, apostando por las marcas propias y asociándose con fundadores visionarios con quienes ha establecido relaciones exitosas y duraderas gracias a unos valores compartidos y a una visión de construcción de marca alineada.

Visionarios como Paco Rabanne, Carolina Herrera y Jean Paul Gaultier forman parte de **Puig** desde hace más de 50, 30 y 10 años, respectivamente.

El éxito de estas asociaciones históricas demuestra la capacidad de **Puig** para integrar marcas dentro de su *portfolio* y fortalece la solidez de la compañía, hecho clave para atraer a una nueva generación de fundadores icónicos como Dries Van Noten, Charlotte Tilbury, Ben Gorham (fundador de Byredo), Vivek Sahni (fundador de Kama Ayurveda) o Johana Sanint (fundadora de Loto del Sur).

Puig es un Hogar de Creatividad, un lugar cálido que permite aflorar el potencial de sus marcas y de las personas, fomentando la audacia, la imaginación y el inconformismo.

Portfolio

El *portfolio* de **Puig** se estructura en:

- **Tres tipologías de marcas:** propias, licencias, y asociadas/*joint-ventures*.
- **Tres segmentos de negocio:** fragancias y moda, maquillaje y cuidado de la piel.
- **Cinco categorías:** Prestige, Niche, Dermo-Cosmetics, Skincare Wellness y Lifestyle.



Portfolio Premium Love Brands

	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	Christian Louboutin Beauté	•	•	
Niche	Dries Van Noten	•	•	
Niche	L'Artisan Parfumeur	•		
Niche	Penhaligon's	•		
Skincare Wellness	Kama Ayurveda			•
Skincare Wellness	Loto del Sur			•
Derma-Cosmetics	Apivita			•
Derma-Cosmetics	Uriage			•
Lifestyle	Adolfo Dominguez	•		
Lifestyle	Banderas	•		

Código de colores: • Marcas propias
• Licencias

Además del *portfolio* de Premium Love Brands, **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*² en otras empresas del sector de la belleza, tales como:

	Marca	Fragancias y moda	Maquillaje	Cuidado de la piel
Asociadas y <i>joint-ventures</i>	Granado	•		•
Asociadas y <i>joint-ventures</i>	Isdin			•
Asociadas y <i>joint-ventures</i>	Scent Library	•		
Asociadas y <i>joint-ventures</i>	Sociedad Textil Lonía	•		

² Las empresas en las que Puig tiene inversiones asociadas y *joint-ventures* no consolidan en ventas, pero sí la parte correspondiente al % de participación de su resultado neto.

Premium Love Brands

Puig cultiva sus Premium Love Brands y sus historias con cuidado, pasión, curiosidad insaciable y creatividad, e invierte en ellas de manera constante. Cada marca tiene un propósito e identidad propia, y todas ellas comparten los valores y la visión de construcción de marca de **Puig**.

Las diferentes categorías del *portfolio* de **Puig** se definen en base a una combinación entre las características específicas de los productos de belleza y moda que ofrece cada marca, del tipo de distribución utilizada y del público objetivo.

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 y *travel retail*).

rabanne

We Galvanize Young Generations to forge a more Inclusive and Creative Future

Fundada por Paco Rabanne en 1966 y adquirida por **Puig** en 1987, aunque desde 1968 la compañía tiene la licencia de su negocio de belleza. En 2023 la marca estrenó una nueva identidad visual, convirtiéndose en Rabanne, y lanzó su primera línea de maquillaje, a la vez que superó los 1.000 M€ en ingresos netos. Actualmente Rabanne opera en los segmentos de negocio de fragancias y moda y maquillaje. El negocio de la moda está liderado por el director creativo Julien Dossena. Su producto más icónico es la famosa fragancia 1 Million.

CAROLINA HERRERA

Building Confidence with Alegría de Vivir Celebrating women in the arts

Fundada en 1981 por Carolina Herrera y adquirida por **Puig** en 1995, aunque desde 1987 la compañía tiene la licencia de su negocio de belleza. En 2020 la marca lanza su línea de maquillaje. Actualmente Carolina Herrera opera en los segmentos de negocio de fragancias y moda y maquillaje. El negocio de la moda está liderado por el director creativo Wes Gordon. Su producto más icónico es la fragancia Good Girl.



Charlotte Tilbury

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

Fundada por Charlotte Tilbury MBE en 2013 y adquirida por **Puig** en 2020. Charlotte Tilbury opera en los segmentos de negocio de maquillaje y cuidado de la piel, guiada por más de 30 años de experiencia artística de su fundadora, Charlotte Tilbury MBE. Los productos característicos de la marca incluyen su crema hidratante Charlotte's Magic Cream, la franquicia Airbrush Flawless y toda la colección Pillow Talk.

Jean Paul GAULTIER

Celebrating Differences (All Cultures, All Bodies, All Genders) Since 1976

Fundada por Jean Paul Gaultier en 1982 y adquirida por **Puig** en 2011 (negocio de moda). En 2016 se incorporó el negocio de fragancias al *portfolio* de **Puig**. Desde que el diseñador se retiró, la marca ha colaborado con diferentes diseñadores invitados, como Julien Dossena (director creativo de Rabanne), Haider Ackermann u Olivier Rousteing, entre otros. Jean Paul Gaultier opera en el segmento de negocio de fragancias y moda. Sus productos más emblemáticos son las fragancias Le Male y Classique.

NINA RICCI

Magnifying Femininity for a more Poetic World

Fundada en 1932 y adquirida por **Puig** en 1998. Nina Ricci 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 emblemáticos son las fragancias L'Air du Temps y la reconocida Nina, lanzada en 2004.

Categoría **Niche**

Las marcas Niche representan productos de belleza de alta calidad, de naturaleza artesanal y distribución limitada, con menos de 2.000 puntos de venta. Operan tanto DTC³ como mediante distribución mayorista.

³ Directo al consumidor.

BYREDO

Bold Explorer of Culture & Identity through Modern Luxury

Fundada por Ben Gorham en 2006 y adquirida por **Puig** en 2022. Byredo es una *maison* cultural de lujo moderna que traduce recuerdos y emociones en objetos y experiencias, y que opera en los segmentos de negocio de fragancias y moda y maquillaje. Los productos característicos de la marca incluyen las fragancias Bal d'Afrique, Gypsy Water y Mojave Ghost.



Step into the Allure of Confidence

Puig tiene la licencia global en exclusiva de la línea de productos de belleza de Christian Louboutin desde 2018. Fundada en 1991, opera en los segmentos de negocio de fragancias y moda y maquillaje. Su producto más icónico es el pintalabios Rouge Louboutin. Christian Louboutin Beauté representa la belleza glamurosa y de lujo.

DRIES VAN NOTEN

Respectful and authentic art of making

Fundada en 1986 y adquirida por **Puig** en 2018, en 2022 lanzó su línea de fragancias y maquillaje. Dries Van Noten opera en los segmentos de negocio de fragancias y moda y maquillaje. El director creativo de la marca es su fundador, Dries Van Noten. Con su influencia artística, Dries Van Noten representa el mundo del arte a través de sus colecciones.

L'ARTISAN PARFUMEUR

Celebrating Craftsmanship à la française

Fundada en 1976 y adquirida por **Puig** en 2015, L'Artisan Parfumeur opera en el segmento de negocio de fragancias. Sus productos más emblemáticos son las fragancias Passage D'Enfer y Mûre et Musc. Con sus raíces en la tradición perfumista francesa, L'Artisan Parfumeur representa la artesanía y la elegancia.



Celebrating British Eccentric and Creative Heritage

Fundada en 1870 y adquirida por **Puig** en 2015, Penhaligon's opera en el segmento de negocio de fragancias. Algunos de sus productos más icónicos son Blenheim Bouquet y la colección Portraits. Penhaligon's representa la herencia de fragancias vinculada a la cultura y la historia británicas.

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 algunos productos recetados por dermatólogos.

APIVITA



Born of bees, raised by science

Fundada en 1979, adquirida por la familia **Puig** en 2017 e incorporada al *portfolio* de **Puig** en 2021, Apivita ofrece un cuidado de la piel natural impulsado por la ciencia. Apivita opera en el segmento de negocio de cuidado de la piel. Aprovechando el poder de los productos apícolas patentados combinados con activos dermatológicos naturales, las fórmulas de Apivita, incorporadas en las gamas exclusivas de Queen Bee y Beevine Elixir, ofrecen el equilibrio perfecto entre eficacia y naturalidad. Empresa B Corp desde 2017.

URIAGE EAU THERMALE

Sharing, with care and science, the power of the most unique therapeutic water

Fundada en 1992, adquirida por la familia **Puig** en 2011 e incorporada al *portfolio* de **Puig** en 2021. Uriage opera en el segmento de negocio de cuidado de la piel. Uriage nació en el corazón de los Alpes franceses y combina 30 años de experiencia dermatológica con 200 años de tratamientos de enfermedades de la piel hasta su cura. La marca ha desarrollado una ciencia única y patentada en la triple barrera cutánea, y dispone de una cartera de productos específicos y de múltiples categorías que incluye productos recetados y para el cuidado diario de la piel. Xemose, Bariederm Cica-Cream, Hydra / Agua Termal spray y Age son algunas de las gamas más vendidas de Uriage.

Categoría **Skincare Wellness**

Las marcas Skincare Wellness abordan el cuidado de la piel desde la perspectiva del bienestar y llevan conceptos locales al consumidor global. Estas marcas operan DTC, incluyendo tiendas propias.



Bringing Ayurveda to the World

Fundada por Vivek Sanhi en 2002 y adquirida por **Puig** en 2022, Kama Ayurveda opera en el segmento de negocio de cuidado de la piel. Los productos icónicos de la marca incluyen el aceite facial Kumkumadi y el aceite capilar Bringadi. La marca se basa en los principios del ayurveda, un sistema de curación holístico originado en la India hace 3.000 años. Kama Ayurveda ofrece productos ayurvédicos elaborados a partir de ingredientes naturales siguiendo recetas y técnicas específicas definidas en los textos ayurvédicos, con el objetivo de promover el bienestar general.

LOTO DEL SUR

Celebra la Cultura, los Rituales y la Biodiversidad Latinoamericana

Fundada por Johana Sanint en 1999 y adquirida por **Puig** en 2022, Loto del Sur opera en el segmento de negocio de cuidado de la piel. Con sede en el mercado colombiano, Loto del Sur usa los ingredientes botánicos naturales provenientes de América Latina en la formulación de sus productos, dando valor al rico patrimonio cultural y botánico de Latinoamérica para ofrecer productos que cuentan historias y brindan experiencias profundamente arraigadas en las tradiciones y la flora nativa de la región.



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

Nurture a return to our senses. Let nature be.

Fundada en 1973, **Puig** tiene la licencia global en exclusiva de la línea de productos de fragancias de Adolfo Domínguez desde el 2000. Adolfo Domínguez opera en el segmento de negocio de fragancias y moda. La fragancia característica de la marca es Agua Fresca de Rosas y Agua Fresca.

BANDERAS

Celebrate your own success

Puig tiene la licencia global en exclusiva de la línea de productos de fragancias de la estrella de Hollywood, Antonio Banderas, desde los inicios de la marca Banderas en 1997. Banderas opera en el segmento de negocio de fragancias. Las fragancias distintivas de la marca son Blue Seduction for Men, Golden Secret y Icon.

La historia de Puig

Puig fue fundada por Antonio Puig Castelló en 1914 como una empresa familiar dentro del sector de la cosmética y las fragancias. En 1950, sus hijos se incorporaron al negocio, y ahora es la tercera generación de la familia **Puig** la que lidera y forma parte de la compañía.

Los principales hitos de la historia de **Puig** son los siguientes:

- **1914** Antonio Puig Castelló funda 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 incorporan a la empresa

Puig inicia su expansión internacional con su primera filial en EE. UU.
- **1968** Adquisición de la licencia del negocio de belleza de Paco Rabanne y lanzamiento de su primera fragancia Calandre
- **1987** **Puig** adquiere el resto del negocio de Rabanne, que incluye el negocio de moda y accesorios

Adquisición de la licencia del negocio de belleza de Carolina Herrera
- **1988** Lanzamiento del primer perfume de la diseñadora de 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, es nombrado CEO
- **2008** **Puig** cierra el año con 1.000 M€ en ingresos netos
- **2011** **Puig** adquiere una parte mayoritaria de la firma de moda francesa Jean Paul Gaultier
- **2015** **Puig** empieza a construir su *portfolio* de marcas Niche con la adquisición de Penhaligon's y L'Artisan Parfumeur



- **2016** **Puig** incorpora las fragancias de Jean Paul Gaultier a su *portfolio* de marcas propias
- **2018** **Puig** adquiere la casa 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** cierra el año con 2.000 M€ en ingresos netos
- **2020** **Puig** adquiere una participación mayoritaria en la marca de maquillaje y cuidado de la piel Charlotte Tilbury
- **2021** Incorporación al *portfolio* de **Puig** de las marcas de cuidado de la piel Apivita y Uriage (ambas adquiridas por las sociedades inversoras de la familia **Puig** en 2011 y 2017, respectivamente)
- **2022** **Puig** adquiere la marca Niche Byredo y las marcas de Skincare Wellness Kama Ayurveda y Loto del Sur

Puig cierra 2022 superando un año antes de lo previsto el hito de de 3.000 M€ en facturación, agregando más de 1.000 M€ anuales en los últimos dos ejercicios
- **2023** La empresa finaliza 2023 con 4.304 M€ en ingresos netos, superando el objetivo fijado en 2021 de 3.000 M€ de ingresos netos para 2023

Modelo de negocio

Para llevar los productos de **Puig** al mercado, la compañía integra todos los escalones de la cadena de valor, garantizando que la calidad y la identidad de cada marca se reflejen en las diferentes etapas, y apoyándose, cuando es necesario, en el conocimiento e infraestructuras de proveedores, distribuidores y *retailers* de referencia.

Diseño y desarrollo de producto

→

Producción

→

Distribución y logística

→

Publicidad y promoción

- **Diseño y desarrollo de producto**

Se realiza internamente, junto con socios clave, para garantizar la coherencia y reforzar el carácter y la identidad de cada marca. El proceso empieza con una idea innovadora en el núcleo de las marcas, que trabajan de la mano de los equipos de innovación y desarrollo para hacerlo realidad. Durante esta etapa, también se investigan innovaciones y mejoras en el *packaging* del producto, con el objetivo de encontrar fórmulas más duraderas, rentables y sostenibles, manteniendo la seguridad, eficiencia y facilidad de uso del mismo, y priorizando que resulte práctico y estéticamente bonito para el consumidor.

- **Producción**

Se lleva a cabo principalmente de forma interna en las siete plantas de producción que la compañía tiene en Europa e India: Vacarisses (España), centrada en el cuidado de la piel; Alcalá de Henares (España) y Chartres (Francia), centradas en fragancias; Echirolles y Uriage-les-Bains (Francia), centradas en los productos de Uriage; Atenas (Grecia), centrada en los productos de Apivita; y Tamil Nadu (India), centrada en los productos de Kama Ayurveda. Se aprovechan las sinergias entre las diferentes marcas en las plantas de producción y se cuenta con terceros para una parte minoritaria de la producción. Las principales materias primas utilizadas, aceites esenciales, alcoholes y productos químicos especiales, se compran a terceros y se mezclan en las fábricas para llegar a los productos finales.

- **Distribución y logística**

Se realiza principalmente a través de la red de filiales en todo el mundo y se subcontrata la logística a proveedores especializados. Los productos llegan al consumidor final a través de canales físicos, tiendas propias y de terceros (grandes almacenes, farmacias, droguerías y *travel retail*), y de canales digitales, *e-commerce* propios de las marcas, *e-tailing* de distribuidores que tienen tienda física y distribuidores con venta exclusiva *online* (*pure players*).



- **Publicidad y promoción**

Puig pretende mejorar la experiencia del consumidor y atraer a nuevos clientes, generar lealtad, impulsar su apoyo y liderar la transformación en sus comportamientos de compra. En función de la identidad, distribución, foco del producto, consumidor principal y relevancia local de cada marca, se adapta el enfoque de publicidad y promoción, aprovechando los conocimientos locales de cada país para optimizar los recursos destinados a cada medio y *retailer*. Esto incluye integrar las marcas de forma estratégica y adaptar la variedad de productos y las comunicaciones para que se ajusten a los gustos y preferencias del consumidor local. La mayor parte del trabajo creativo de publicidad y promoción se realiza internamente, en colaboración con recursos externos.

Presencia geográfica

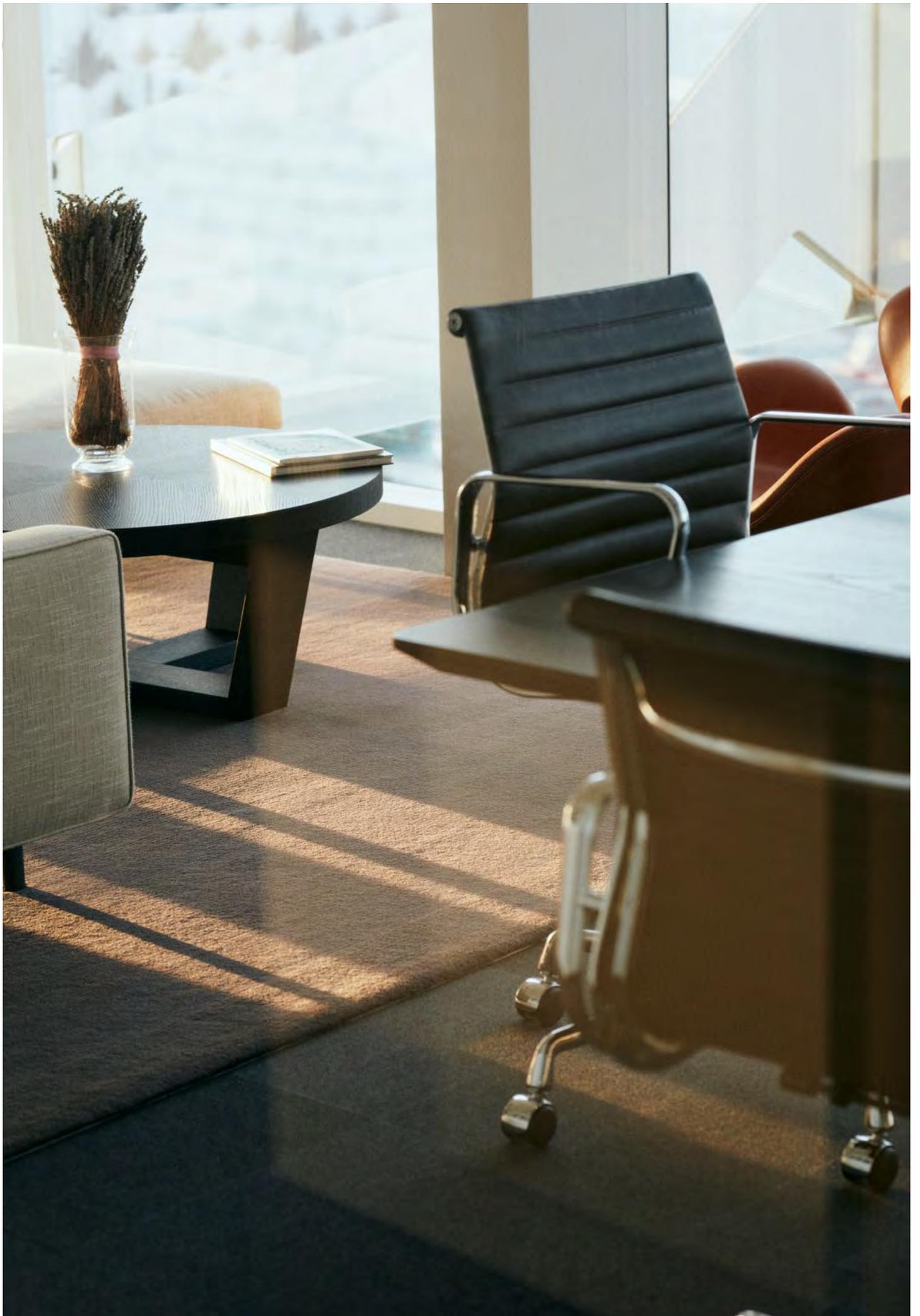
Puig gestiona su presencia mundial desde la sede de Barcelona, apoyada por tres centros regionales ubicados en París, Londres y Nueva York. En 2023, **Puig** invirtió en nuevas oficinas en estas tres ciudades (Londres y Nueva York estarán activas en 2024), así como en un *hub* de Travel Retail en Miami y en incrementar su presencia en Barcelona doblando el tamaño de la sede central con la apertura de una nueva torre de 20 pisos, demostrando así su legado y compromiso con la ciudad que le vio nacer.

La compañía cuenta con seis plantas de producción en Europa y una en la India, con sedes de marca y filiales en 32 países y con más de 11.120 profesionales colaboradores. **Puig** tiene una red comercial sólida a través de distribuidores y *retailers*, y alrededor de 280 tiendas propias en todo el mundo, facilitando que los productos se vendan en más de 150 países.

Presencia global:

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

- Sede
- Sede marca
- Planta de producción
- Filial



Gobierno corporativo

Consejo de Administración

A lo largo de los años se ha consolidado una estructura organizativa que aspira a los más altos estándares en materia de órganos de gobierno, reflejando el compromiso ético y los criterios ESG de **Puig**.

El equipo de liderazgo de la compañía incluye líderes y fundadores guiados por una visión a largo plazo de innovación, creatividad y sostenibilidad.

El Consejo de Administración, como máximo órgano de gobierno, es responsable de aprobar las políticas y estrategias generales de **Puig** y del control de su gestión, entre otros.

Este órgano está compuesto por consejeros dominicales, independientes y ejecutivos. A cierre de 2023, el Consejo de Administración de **Puig** estaba compuesto por los siguientes miembros:

Presidente	Marc Puig
Vicepresidente	Manuel Puig
Consejeros	Patrick Raji Chalhoub Jordi Constans Ángeles García-Poveda Daniel Lalonde Christine A. Mei Nicolas Mirzayantz Josep Oliu Yiannis Petrides Jordi Puig Marian Puig Xavier Puig
Consejero Coordinador	Rafael Cerezo
Secretario del Consejo (no miembro)	Joan Albiol
Vicesecretario del Consejo (no miembro)	Francisco Blanco



El Consejo de Administración cuenta con tres comisiones delegadas:

- Comisión de **Auditoría y Compliance**

Presidente	Yiannis Petrides
Miembros	Rafael Cerezo Daniel Lalonde
Secretario no miembro	Francisco Blanco

- Comisión **ESG**

Presidente	Manuel Puig
Miembros	Patrick Chalhoub Nicolas Mirzayantz Yiannis Petrides Marc Puig
Secretario no miembro	María Antonia Ruiz

- Comisión **Talent**

Presidente	Rafael Cerezo
Miembros	Jordi Constans Christine A. Mei Ángeles García-Poveda
Secretario no miembro	Álvaro Sanz de Oliveda

Comité Ejecutivo

Es el órgano que marca la estrategia, toma decisiones y gestiona el día a día del negocio.

Chairman and CEO	Marc Puig
Vice Chairman y Chief Sustainability Officer	Manuel Puig
Chief Human Resources Officer	Eulalia Alfonso
Chief Financial Officer	Joan Albiol
Chief Communications Officer	Eugenia de la Torriente
President Beauty & Fashion	Jose Manuel Albesa
Chief Executive Officer Charlotte Tilbury	Demetra Pinsent
President Derma	Marc Toulemonde
Chief Operating Officer Beauty & Fashion	Javier Bach

En diciembre de 2023, Marine De Boucaud se incorporó a la compañía. A partir del 1 de enero de 2024, sucede a Eulalia Alfonso para liderar las funciones de recursos humanos en **Puig**.

Otras funciones corporativas

- **Puig** General Auditor, François Xavier Billaud. Reporta jerárquicamente al presidente de la Comisión de Auditoría y Compliance y administrativamente al Chairman and CEO.
- Chief Compliance Officer, Manuel Duplá. Reporta jerárquicamente a la Comisión de Auditoría y Compliance y administrativamente al Chairman and CEO.

La gestión ordinaria la desempeñan los altos directivos y los órganos de gobierno de las sociedades filiales.



Contexto de negocio

Entorno global 2023

Para el mercado global de belleza, 2023 fue un año positivo a pesar del entorno marcado por la incertidumbre y algunos impactos negativos.

- Entorno incierto por el estrés geopolítico, el aumento de los tipos de interés, la subida de los precios de la energía, la alta inflación, impactando en la ralentización del crecimiento económico.
- Desaceleración del comercio internacional.
- Continuación de inestabilidad en la cadena de suministro con impacto global desde 2020, con la consecuente escasez de materiales que provoca dificultades en la producción y distribución de productos.
- Recuperación más lenta de lo esperado en China, debido a la continua debilidad del mercado inmobiliario, a la contracción del gasto del consumidor nacional y a la lenta recuperación del mercado *travel retail*.

Tendencias actuales

- Incremento de la inflación generalizado, que impacta a la baja en el gasto de los consumidores.
- Incertidumbre en los niveles de crecimiento económico con riesgo de recesión en algunas partes del mundo.
- Concentración del consumidor en un número limitado de marcas de belleza, demostrando una gran lealtad en la categoría.
- Creciente demanda de productos de belleza *premium* (*premiumización* del mercado), impulsada por una mayor conciencia, educación sobre la marca y la búsqueda de exclusividad.
- Rápido crecimiento en la demanda de productos holísticos inspirados en el bienestar (*wellness*).
- Mayor influencia de la Generación Z en los hábitos del consumidor, que prefiere marcas y productos con soluciones personalizadas y experiencias y ofertas de servicios diferenciadas, y prioriza la autenticidad, la sostenibilidad y la inclusión.
- Mayor integración de la sostenibilidad en toda la cadena de valor, con consumidores más dispuestos a adquirir productos más sostenibles a un precio más elevado.
- Necesidad de mantener una estrategia multicanal para ofrecer una experiencia 360, logrando un mayor nivel de compromiso del consumidor.

Hitos de **Puig** en 2023

- Resultados espectaculares, con 4.304 M€ en ingresos netos y una rentabilidad de 465 M€ de beneficio neto.
- Premio WWD Honor como Best-Performing Beauty Company, Large-Cap, para **Puig** y premio como Diseñador del Año para Dries Van Noten.
- Asociación con la 37ª Copa América como Global Partner del evento y dando nombre a la primera **Puig Women's America's Cup**.
- Nombramiento de Marc Toulemonde como nuevo presidente de Derma en junio de 2023.
- Incorporación de Marine De Boucaud para liderar las funciones de recursos humanos en **Puig** a partir del 1 de enero de 2024.
- Apertura de una segunda torre en la sede central de Barcelona, nuevas oficinas en París y nuevo *hub* de Travel Retail en Miami. Nuevas oficinas también en Londres y Nueva York, listas en 2024.
- Actualización del Código Ético, en línea con las nuevas ambiciones de la compañía y con alcance de todos los negocios a nivel global, con una aceptación por parte del 93,3% de la compañía.
- Aprobación de la Política de Derechos Humanos de **Puig** para las personas trabajadoras con alcance de todos los negocios a nivel global.
- Primer año incluyendo criterios ESG en la retribución anual de los líderes de **Puig**, vinculándolos a las prioridades de sostenibilidad de la Agenda ESG 2030.
- Adhesión al Proyecto Fashion Task Force de la coalición Sustainable Markets Initiative.
- Completa integración de todos los negocios en la Agenda ESG de **Puig**.
- Asociación con PhotoVogue Festival 2023, un festival de fotografía de moda que promueve nuevos talentos para ayudar a fomentar un mundo más inclusivo.
- Desarrollo de la 8ª edición de los Makers, iniciativa dentro del programa de acción social Invisible Beauty de **Puig**, con un proceso de co-creación entre emprendedores sociales y los equipos internos.



3

PUIG

Performance



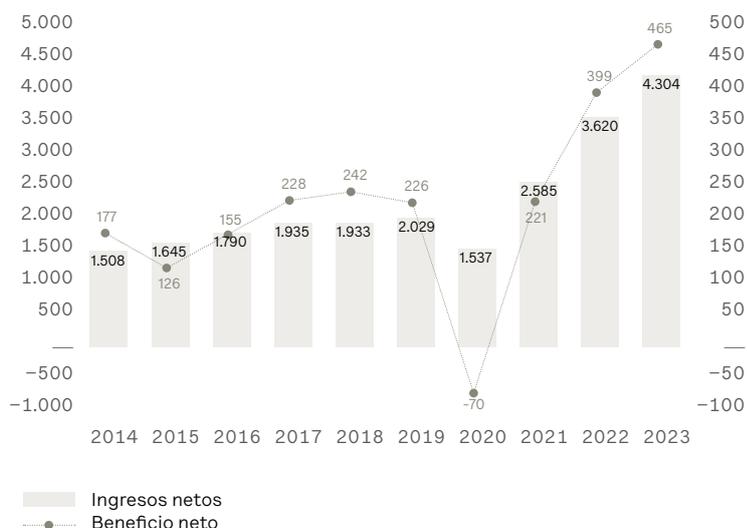


Principales magnitudes 2023

Ingresos netos	4.304 M€ +19% respecto 2022
EBITDA	849 M€ +33% respecto 2022
Beneficio neto	465 M€ +16% respecto 2022

Evolución histórica (M€)

Puig tiene una larga trayectoria de crecimiento rentable



Indicadores financieros

Cuenta de resultados (M€)	2021	2022	2023	Crecimiento 22-23
Ingresos netos	2.585	3.620	4.304	19%
Beneficio bruto	1.885	2.693	3.215	19%
Margen bruto (%)	72,9%	74,4%	74,7%	0,31 pp
Beneficio operativo	352	536	693	29%
Margen operativo (%)	13,6%	14,8%	16,1%	1,28 pp
Beneficio antes de impuestos	353	514	643	25%
Margen de beneficio antes de impuestos (%)	13,6%	14,2%	14,9%	0,75 pp
Beneficio después de impuestos	199	413	500	21%
Margen de beneficio después de impuestos (%)	7,7%	11,4%	11,6%	0,22 pp
Beneficio neto atribuible a Puig Brands	221	399	465	16%
Margen de beneficio neto atribuible a Puig Brands (%)	8,6%	11,0%	10,8%	-0,23 pp
EBITDA	493	638	849	33%
Margen de EBITDA (%)	19,1%	17,6%	19,7%	2,1 pp



Balance de situación (M€)

Activo



Pasivo



Flujos de caja

Flujos de efectivo de actividades de explotación (M€)	2021	2022	2023
Beneficio después de impuestos	199	413	500
Depreciación y otros ajustes operativos	245	166	251
Cambios en el capital circulante	67	-158	-194
Flujo de caja neto procedente de actividades operativas (I)	511	420	556
Inversión en inmovilizado material y activo intangible (CAPEX)	-77	-151	-177
Adquisición, desinversión y otros	-102	-899	-57
Dividendos recibidos y otras actividades de inversión	0	20	-65
Flujo de caja neto procedente de actividades de inversión (II)	-179	-1.030	-298
Gestiones de autocartera	0	0	-108
Dividendos	-20	-132	-181
Pago de deuda por arrendamiento y otros financieros	-57	-82	-117
Flujo de caja neto procedente de actividades de financiación (III)	-77	-214	-407
Flujo de caja neto por fluctuación de tipo de cambio (IV)	-1	0	-28
Incremento neto de tesorería (I+II+III+IV)	253	-825	-176
Tesorería neta al final del periodo	-195	-1.020	-1.196

Posición de tesorería⁴

⁴ Excluye deudas por arrendamientos.

Diversificación⁵

⁵ 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).

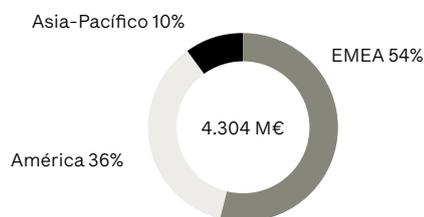
Tesorería Neta (M€)



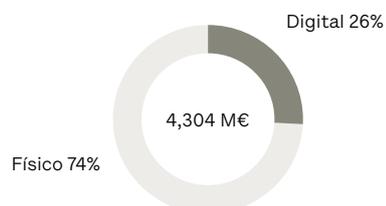
Ingresos netos por segmento de negocio (% sobre el total)



Ingresos netos por segmento geográfico (% sobre el total)



Ingresos netos por canal (% sobre el total)





Segmentos de negocio

⁶ Este dato sólo incorpora fragancias selectivas. Datos de Euromonitor (estimación de la compañía sobre el mercado).

⁷ Datos de Euromonitor (estimación de la compañía sobre el mercado).

⁸ Este dato corresponde al cuidado de la piel selectiva. Datos de Euromonitor (estimación de la compañía sobre el mercado).

Puig organiza su actividad en tres segmentos de negocio: fragancias y moda, maquillaje y cuidado de la piel.

Muchas de las marcas, a pesar de mantener su negocio principal en uno de los segmentos, han ido extendiéndose a otros a lo largo de los años. Carolina Herrera dispone de una línea de fragancias y moda, y hace unos años también inició su camino en el negocio de maquillaje. Charlotte Tilbury ofrece un catálogo completo de productos de maquillaje y cuidado de la piel. Dries Van Noten es uno de los diseñadores de moda más respetados de la industria y en 2022 lanzó su línea de perfumes y maquillaje. Rabanne, que en 2023 estrenó una nueva identidad de marca, también se expandió dentro del segmento de maquillaje con el lanzamiento de su nueva línea Rabanne Makeup.

2023 fue un año espectacular para **Puig** en todos los segmentos, con crecimientos generalizados de los ingresos netos a dos dígitos respecto a 2022 y superiores a la media del mercado. Fragancias y moda creció un 17%, respecto al 13%⁶ de incremento del mercado; maquillaje registró un aumento del 23%, respecto al 13%⁷ del mercado, y cuidado de la piel creció un 31%, respecto a una media del mercado de 9%⁸. Este crecimiento refleja la fuerte demanda de las marcas del *portfolio* de **Puig**, así como su capacidad para resistir las presiones inflacionarias manteniendo los márgenes que caracterizan al segmento *premium* de la industria de la belleza.

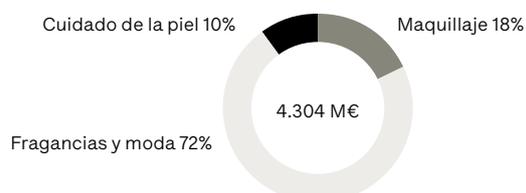
Top 3 marcas de Puig en 2023

- Rabanne
- Charlotte Tilbury
- Carolina Herrera

Destacados (todos los datos sobre ingresos netos)

- Segmentos de negocio:
 - Crecimiento de dos dígitos respecto a 2022 en todos los segmentos.
 - Segmento de mayor crecimiento: cuidado de la piel (+31% vs. 2022).
 - Segmento de mayor tamaño: fragancias y moda (72% del total).
- Marca de mayor crecimiento: Jean Paul Gaultier.
- Se mantuvo la diversificación en la composición del *portfolio* por segmentos de negocio.

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



Fragancias y moda

⁹ Datos de Euromonitor.

¹⁰ Datos de Euromonitor.

¹¹ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

¹² Datos de Euromonitor.

¹³ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

¹⁴ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

La moda ha sido un facilitador para el negocio de fragancias, especialmente en la categoría del mercado *premium*, donde más del 73%⁹ de las 15 principales marcas están inspiradas en casas de moda. La base creativa e innovadora inherente a la moda también tiene un fuerte impacto en la generación de lealtad hacia la marca en el negocio de fragancias.

En el mercado de fragancias, los productos *premium* constituyen aproximadamente dos tercios de las ventas totales a nivel mundial¹⁰, y se espera que a futuro sean el motor de crecimiento a medida que los consumidores pasan a categorías de mercado de mayor nivel. En 2023, el mercado mundial de fragancias siguió creciendo en todas las regiones (el segmento de negocio de fragancias selectivas creció un 13% respecto a 2022)¹¹. Se espera que la industria de las fragancias en China se beneficie de una creciente penetración, puesto que actualmente representa menos del 5% del mercado total de belleza en Asia-Pacífico. América representa otra área de crecimiento potencial, donde las fragancias representan sólo el 21% del mercado total, en comparación con el 24% en EMEA¹².

En este contexto, **Puig** aceleró su crecimiento en el segmento por encima del mercado, con un incremento del 17% en ingresos netos respecto a 2022.

Puig estima que incrementó su cuota de mercado al 11%¹³ mundial en el negocio de fragancias de distribución selectiva en 2023, tras alcanzar 10% por primera vez en 2022. Este logro ha sido impulsado por la fuerte evolución de sus principales marcas propias, que han seguido cautivando e inspirando al mercado.

Las marcas Prestige de **Puig** registraron una excelente actuación otro año más.

Rabanne continúa su ascenso como la marca de fragancias Prestige de más rápido crecimiento a nivel mundial, superando por primera vez los 1.000 M€ en facturación.

Carolina Herrera se consolidó como la marca de fragancias en el top 6 a nivel mundial¹⁴.

Jean Paul Gaultier sigue impulsándose gracias al exitoso lanzamiento de Le Male Elixir y a su nueva fragancia femenina Gaultier Divine.

En cuanto a las marcas Niche, el crecimiento fue liderado por Dries Van Noten, que se constituyó como la marca Niche con mayor crecimiento dentro del *portfolio* de **Puig**, y Byredo; que ha crecido dos dígitos a pesar de la desaceleración en Travel Retail Asia y particularmente en China.



¹⁵ Las eliminaciones de ingresos netos entre empresas del grupo no están repartidas por segmento de negocio.

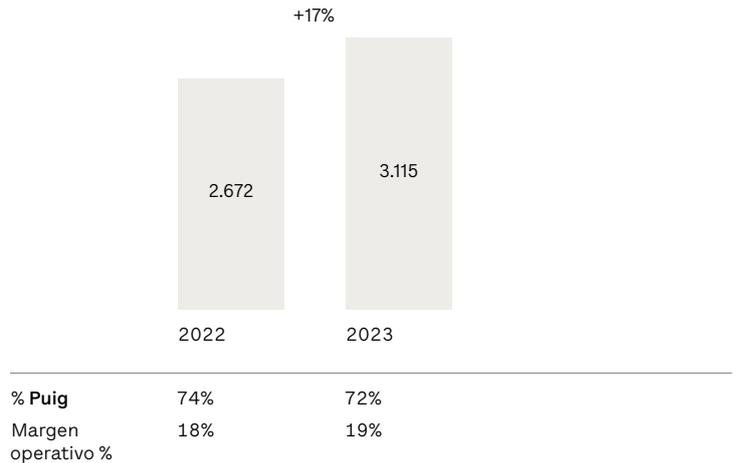
¹⁶ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

¹⁷ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

¹⁸ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

El margen operativo del segmento se situó en el 19% sobre ventas netas, incrementando en más de un punto porcentual la rentabilidad obtenida en 2022. Este incremento se debe al crecimiento positivo en los mercados Europeo y Americano de las marcas Prestige.

Ingresos netos (M€)¹⁵



Destacados fragancias

- Rabanne alcanza el puesto número 2 en fragancias masculinas selectivas, principalmente gracias a 1 Million, que se convirtió en el top 4 a nivel mundial¹⁶.
- Good Girl, de Carolina Herrera, alcanzó el top 2 de fragancias femeninas a nivel mundial, gracias a Good Girl Blush¹⁷.
- Gaultier Divine, la nueva fragancia femenina de Jean Paul Gaultier, se encuentra entre los mejores lanzamientos femeninos del año¹⁸.
- Penhaligon's cierra 2023 rindiendo homenaje a su fundador con la colección Potions & Remedies. Las cinco nuevas fragancias están cargadas de ingredientes inspirados en el trabajo de William Penhaligon y en sus creaciones para mejorar el ánimo y curar enfermedades.
- Tras la presentación de su primera colección de perfumes y belleza en 2022, Dries Van Noten abrió este año una tienda dedicada específicamente a los perfumes, la belleza y los accesorios en París.
- Byredo lanzó Animalique *eau de parfum*, llegando rápidamente al top 5 de las fragancias de la marca más vendidas en la mayoría de los mercados tras el primer mes del lanzamiento y Night Veils Rouge Chaotique *extrait de parfum*.
- L'Artisan Parfumeur lanzó con gran éxito Soleil de Provence, À Fleur de Pêche y Cuir Grenat.

Principales lanzamientos de las marcas de fragancias de Puig

Carolina Herrera	Good Girl Blush Bad Boy Extreme
Jean Paul Gaultier	Gaultier Divine Le Male Elixir
Rabanne	1 Million & Lady Million Royal Invictus Victory Elixir Olympea Flora Fame & Phantom Parfum
Byredo	Animalique Night Veils Rouge Chaotique
L'Artisan Parfumeur	Soleil de Provence À Fleur de Pêche Cuir Grenat
Penhaligon's	Potions & Remedies Solaris The Omniscient Mr Thompson
Adolfo Domínguez	Colección Oriental
Banderas	The Icon Woman

Puig dio un impulso a la moda, que alcanzó cifras de ingresos históricas por segundo año consecutivo, y logró una de las prioridades de 2023: acelerar el crecimiento del segmento de negocio y consolidarla como seña de identidad y creadora de imagen global de marca.

Destacados moda

- Éxito en los desfiles presenciales.
- Dries Van Noten fue galardonado como Diseñador del Año por la revista WWD por su enfoque único y colorido no solo de sus prendas, sino también de sus accesorios y de su línea de belleza, lanzada en 2022.
- Nina Ricci volvió a la semana de la moda de París después de tres años. El enfoque de la moda de género fluido con la dirección creativa de Harris Reed posicionó el desfile de la Maison en primer lugar en el índice de inclusión de la Semana de la Moda de París, según Vogue Business. Con esta primera colección (Otoño/ Invierno 2023), Nina Ricci inauguró varios *pop ups* en EE. UU., Reino Unido y Japón.
- Carolina Herrera eligió Río de Janeiro, Brasil, para presentar su primer desfile de moda fuera de Nueva York, con la colección Resort 2024. CHNY abrió su tercera *boutique* de moda en Palm Beach, Florida.
- Rabanne realizó una colaboración con H&M y exhibió su colección en un evento en París durante la Semana de la Moda. Julien Dossena, director creativo de la marca, fue el diseñador invitado de la colección de alta costura de Otoño/Invierno 2023/2024 de Jean Paul Gaultier.
- Jean Paul Gaultier realizó varias colaboraciones relevantes este año, entre las que destacan la asociación con la marca londinense KNWLS y la colección junto a Jimmy Choo.



Maquillaje

¹⁹ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

²⁰ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

El mercado global de maquillaje creció un 13%¹⁹ en 2023 respecto a 2022, con una aceleración en Oriente Medio y Latinoamérica. Norteamérica continúa siendo el mercado de mayor tamaño. Asia es el mercado con mayor crecimiento potencial en la categoría, pero la lenta recuperación en China afectó al negocio, aunque el impacto en **Puig** estuvo por debajo del impacto global visto en el resto de la industria.

El segmento de negocio de maquillaje en **Puig** creció un 23% respecto al año anterior. Se trata de un sector muy dinámico, las tendencias cambiantes requieren que las empresas utilicen datos y tecnología para adaptarse continuamente a las necesidades de los consumidores y así poder innovar y mantener su relevancia. Las redes sociales se han convertido en una plataforma muy importante para las marcas, ya que les permite conectar directamente con los consumidores y construir o fortalecer su conocimiento.

Charlotte Tilbury y Christian Louboutin Beauté son las marcas del *portfolio* de **Puig** con mayor peso en maquillaje.

Charlotte Tilbury lidera el *know-how* del segmento en **Puig** y sirve de motor para la expansión del maquillaje a marcas ya consolidadas en otros segmentos. En 2023 cumplió 10 años y lo celebró manteniéndose un año más como la firma de maquillaje *prestige* número 1 en su mercado local, Reino Unido, y logrando el top 5 de EE. UU.²⁰

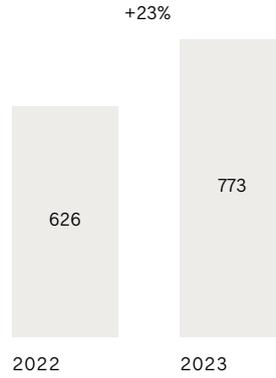
El margen operativo del segmento se situó en el 8% sobre ventas netas, incrementando en más de dos puntos porcentuales la rentabilidad obtenida en 2022. Este incremento se debe al desarrollo del negocio de Charlotte Tilbury. El nivel de rentabilidad del segmento se sitúa por debajo del promedio de la compañía al tener varias marcas cuyo negocio de maquillaje se encuentran en las fases iniciales de expansión.

Destacados maquillaje

- Charlotte Tilbury continúa impulsando la industria con sus innovadores lanzamientos, sin dejar de crecer y batir récords en sus líneas de productos icónicos como Pillow Talk y Hollywood Flawless Filter. Este año, Charlotte Tilbury colaboró con la iniciativa Disney 100 para celebrar su centenario y apoyó a The Rocket Fund impulsado por la Fundación Elton John contra el SIDA para alcanzar nuevas audiencias.
- Rabanne lanzó su primera colección de maquillaje, impulsando la feminización de la marca siempre en sintonía con la identidad de la Maison definida por el segmento de la moda.
- Byredo colaboró con Jean Paul Gaultier para crear los *looks* de maquillaje de su desfile de Primavera/Verano 2023 diseñado por Haider Ackermann.

²¹ Las eliminaciones de ingresos netos entre empresas del grupo no están repartidas por segmento de negocio.

Ingresos netos (M€)²¹



% Puig	17%	18%
Margen operativo %	6%	8%

Principales lanzamientos de las marcas de maquillaje de Puig

Carolina Herrera	Good Girl Blusher Good Girl Maxi Glaze
Charlotte Tilbury	Matt Beauty Blush Wands Airbrush Flawless Lip Blur
Rabanne	Famous Black Mascara Mini and Handbag Palette
Byredo	Nueva colaboración con Lucía Pica
Christian Louboutin Beauté	Rouge Stiletto Lips Teint Fetiche Le Baume de Teint



Cuidado de la piel

²² Este dato corresponde al cuidado de la piel selectiva. Datos de Euromonitor (estimación de la compañía sobre el mercado).

El segmento del cuidado de la piel selectiva se estima que creció en todo el mundo un 9%²² en 2023 respecto al año anterior. Asia sigue siendo el mercado de mayor tamaño, seguido de Norteamérica.

Una mayor atención al autocuidado y *wellness*, combinada con la democratización de los contenidos educativos en las redes sociales, han sido fundamentales para impulsar la demanda de productos orgánicos, herbales y funcionales, así como soluciones híbridas para el cuidado de la piel, como la dermocosmética, *clean beauty* y soluciones antienvjecimiento.

La dermocosmética se caracteriza por un crecimiento más sostenido que el resto de la industria de la belleza debido, en parte, a que el desarrollo de productos requiere un mayor tiempo por los plazos de investigación y desarrollo.

En 2023, **Puig** creció un 31% en ingresos netos en el segmento de cuidado de la piel, en el que apuesta por productos con formulaciones naturales y veganas.

En Uriage y Apivita se aceleró la inversión en innovación y tecnología para continuar desarrollando productos dermatológicos de base científica respetuosos con el medioambiente. La distribución mayoritaria de estas dos marcas se produce a través del canal farmacia y parafarmacia. **Puig** estima que es el tercer actor europeo en la categoría de dermocosmética en el canal farmacia (incluyendo *Isdin*²³).

Este año, el equipo de Uriage presentó la marca y sus productos en el WCD (World Congress of Dermatology) en Singapur y en el congreso de la EADV (European Academy of Dermatology and Venereology) en Berlín. Estos eventos fueron oportunidades únicas para que Uriage intercambiara, compartiera y estableciera vínculos con la comunidad de médicos que avalan la marca en todo el mundo, con el objetivo de seguir desarrollando tratamientos cada vez más innovadores y efectivos.

El producto estrella de Charlotte Tilbury en este segmento continuó siendo Charlotte's Magic Cream, con una venta por minuto a nivel mundial²⁴. La franquicia Magic Skin se reforzó en 2023 con los lanzamientos de Charlotte's Magic Water Cream, Charlotte's Magic Hydrator Mist y Charlotte's Magic Body Cream.

Kama Ayurveda y Loto del Sur se consolidan como dos marcas de Skincare Wellness de gran potencial, tras su incorporación al *portfolio* de **Puig** en 2022. Ambas marcas aportan un modelo diferencial a Uriage y Apivita, ya que disponen de tiendas propias.

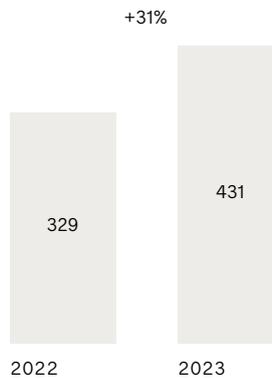
²³ Isdin no es propiedad mayoritaria del Grupo y, por tanto, se contabiliza utilizando el método de la participación y no se consolida en los resultados del Grupo. Estimación de la compañía sobre el mercado según los últimos datos disponibles y considerando los países europeos donde nuestras marcas de dermocosmética tienen presencia a través de una filial. El canal farmacia se incluye tiendas físicas y e-commerce.

²⁴ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

²⁵ Las eliminaciones de ingresos netos entre empresas del grupo no están repartidas por segmento de negocio.

El margen operativo del segmento se situó en el 10% sobre ventas netas, incrementando en casi dos puntos porcentuales la rentabilidad obtenida en 2022. Este incremento se debe al crecimiento positivo del negocio del cuidado de la piel de Charlotte Tilbury.

Ingresos netos (M€)²⁵



% Puig	9%	10%
Margen operativo %	8%	10%



Destacados cuidado de la piel

- Uriage presentó Hyseac 3 Regul+, un tratamiento para el acné basado en la Tecnología Patentada del Microbioma, desarrollada internamente después de años de investigación.
- Apivita lanzó Beevine Elixir, una potente gama antienvjecimiento que restablece el equilibrio del colágeno de la piel. Está impulsada por una nueva tecnología patentada tras siete años de investigación: el complejo Propolift, reforzado con colágeno vegetal.
- Para apoyar el lanzamiento de Charlotte's Magic Water Cream, Charlotte Tilbury lanzó una herramienta Pro Skin Analysis Tool, que brinda a los clientes una rutina personalizada de cuidado de la piel en menos de 60 segundos.
- Tras más de 20 años de éxito, Kama Ayurveda inaugura por primera vez fuera de la India una tienda propia en Notting Hill, un espacio personalizado y una sala de tratamientos en Harrods (ambos en Londres, Reino Unido), así como una nueva web de venta.

Principales lanzamientos de las marcas de cuidado de la piel de Puig

Charlotte Tilbury	Charlotte's Magic Water Cream Charlotte's Magic Hydrator Mist Charlotte's Magic Body Cream
Kama Ayurveda	Kumkumadi crema facial Kumkumadi aceite facial Eye contour renewal
Apivita	Gama Beevine Elixir antienvjecimiento
Uriage	Serum booster H.A

Segmentos geográficos

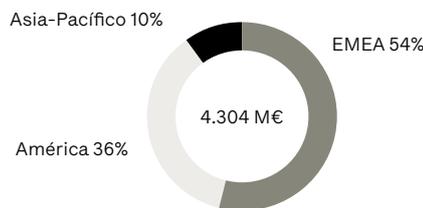
En 2023, **Puig** creció en todas sus regiones por encima de un 18% en ingresos netos respecto a 2022. La región de EMEA fue la que registró un mayor crecimiento en términos absolutos.

La actividad de **Puig** se organiza en tres segmentos geográficos. En orden y por tamaño:

1. EMEA (Europa, Oriente Medio y África)
2. América
3. Asia-Pacífico

Puig ha creado unidades específicas en las diferentes filiales para las marcas Niche, al ser una de las categorías de mayor crecimiento y proyección.

Ingresos netos por segmentos geográficos (% sobre el total)



EMEA

²⁶ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

²⁷ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

Puig registró en 2023 un crecimiento en ingresos netos del 18% en EMEA respecto a 2022, un excelente comportamiento a pesar de la disrupción global, las tensiones geopolíticas y la inflación.

El objetivo de **Puig** en esta región es elevar sus principales marcas Prestige, acelerar la penetración de las marcas Niche, aumentar la distribución de maquillaje, como por ejemplo con la expansión de Charlotte Tilbury en nuevos países de EMEA (incluidos Polonia, Suecia y el Reino de Arabia Saudita) y ampliar la presencia de las marcas de Skincare Wellness, iniciada con la apertura de la primera tienda *flagship* de Kama Ayurveda en Notting Hill, Reino Unido.

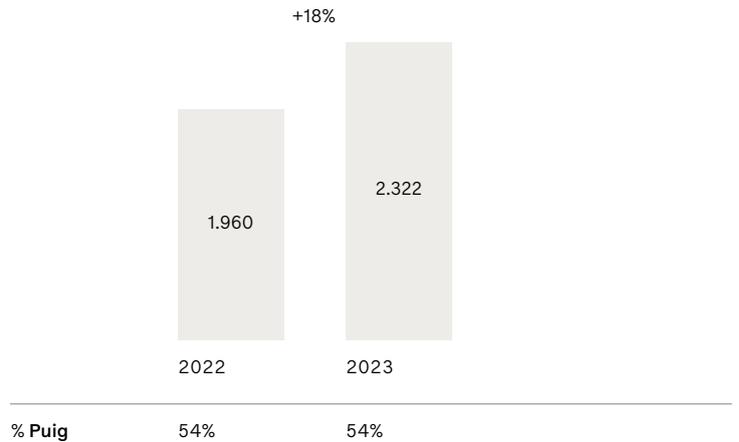
Puig creció por encima del mercado en 2023, capturando cuota en esta región durante tres años consecutivos, donde es considerada uno de los líderes de la industria²⁶. Este crecimiento vino guiado por el segmento de fragancias selectivas en Europa, donde **Puig** estima que dispone de una cuota de mercado del 12%²⁷.

Europa es el mercado de origen de la mayoría de las marcas de **Puig**, lo que refuerza su posicionamiento en este continente, donde los ingresos netos crecieron en los principales mercados de la zona, que por tamaño son: Reino Unido, España y Francia, tres mercados que están dentro del top 5 de **Puig**.

Oriente Medio continuó creciendo tras reforzarse la estructura de **Puig** con la filial en EAU (**Puig** Emirates) en 2022, y se vio una evolución en las fragancias de la categoría Niche y en el negocio de maquillaje.



Ingresos netos (M€)



América

²⁸ Punto porcentual.

²⁹ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

En América, **Puig** registró en 2023 un incremento del 18% en ingresos netos respecto a 2022, guiado por los tres mercados principales: EE. UU., Brasil y México. Los tres están dentro del top 10 de mercados globales de la compañía.

Este segmento geográfico se divide en dos zonas con características diferentes: Norteamérica y Latinoamérica.

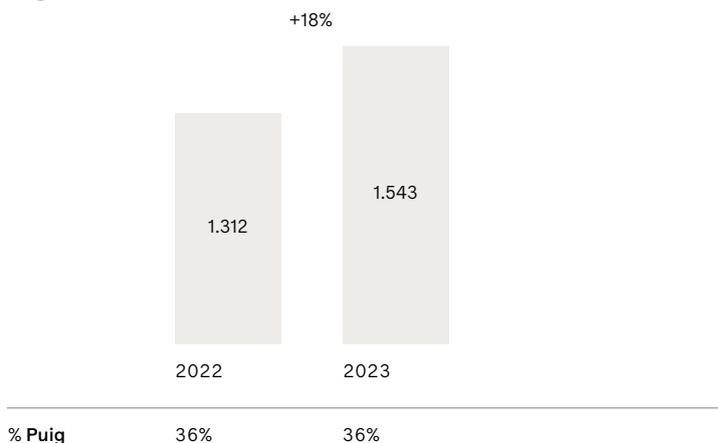
En Norteamérica, y en el continente, el primer mercado para **Puig** por ingresos netos es EE. UU., donde **Puig** tuvo un crecimiento muy relevante durante 2023. En el mercado de fragancias selectivas, estimamos que obtuvo un 8% de cuota de mercado (+1,1 pp²⁸ vs. 2022)²⁹. Las fragancias siguen siendo el negocio principal en la región, aunque en 2023 se ha visto una expansión de la oferta de maquillaje gracias a Carolina Herrera y al lanzamiento de Rabanne Makeup, siguiendo la estrategia de expandir y elevar las marcas Prestige. El incremento en el negocio de maquillaje se dio gracias al potencial de Charlotte Tilbury, la cual ocupó el puesto número 5 como marca de maquillaje *prestige* en EE. UU.

En Latinoamérica el peso más importante correspondió al segmento de negocio de fragancias, y los principales mercados fueron Brasil, México y Chile por *ranking* de ingresos netos, países donde **Puig** es líder absoluto del segmento en 2023.

La incorporación de Loto del Sur al *portfolio* consolidó a **Puig** en posiciones relevantes dentro de la categoría de Skincare Wellness de la región, principalmente en Colombia, donde la marca dispone de más de 20 tiendas propias.

Puig inauguró en Miami su nuevo *hub* regional de Travel Retail para América, que juega un papel clave en su estrategia para consolidar su presencia en el mercado latinoamericano y aprovechar el crecimiento del *travel retail* en el continente.

Ingresos netos (M€)



Asia-Pacífico

Puig registró en 2023 un crecimiento de los ingresos netos del 26% respecto a 2022 en el segmento geográfico de Asia-Pacífico. En China, cuyo mercado sufrió un crecimiento menor a lo esperado en 2023, **Puig** logró un crecimiento del 27% de los ingresos netos en el país. En el resto de Asia-Pacífico tuvo un comportamiento similar, con un crecimiento del 25% respecto a 2022.

La presencia de las marcas de **Puig** está muy diferenciada dependiendo de las características de cada mercado. En China, por ejemplo, la oferta se centró en las marcas de maquillaje y Niche. Charlotte Tilbury se consolidó de nuevo como la marca de mayor tamaño en la región y Byredo la de mayor crecimiento. Además, **Puig** continuó incrementando su presencia abriendo nuevas puertas para Carolina Herrera Beauty, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Byredo y Christian Louboutin Beauté.

Cabe destacar la consolidación de la marca india Kama Ayurveda, adquirida en 2022, que refuerza la presencia de **Puig** en la categoría Skincare Wellness y de la marca en la India y la zona de Asia-Pacífico, además de incrementar el enfoque directo al consumidor con más de 60 tiendas propias.

Ingresos netos (M€)





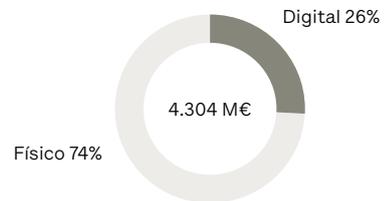
Canales

Destacados

Los productos de **Puig** llegan al cliente final a través de puntos físicos o digitales (propios o de distribuidores). En 2023 continuó el retorno del consumidor a la compra física, con un crecimiento más medido en *travel retail*, principalmente marcado por Asia. Se observó también un continuo crecimiento de la presencia digital de las marcas de **Puig** con sus propios *e-commerce*.

- Incremento de tráfico en el negocio Travel Retail, excepto en Asia.
- Aumento de la red de puntos de venta propios.

Ingresos netos por canal (% sobre el total)



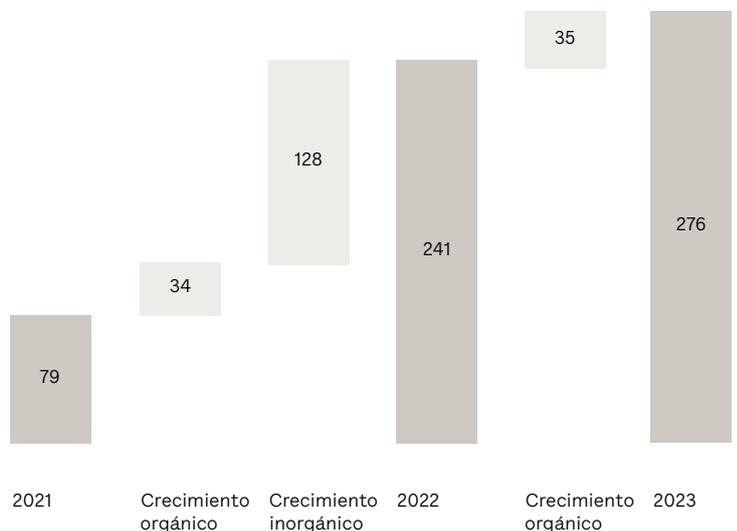
Físico (Brick & Mortar)

³⁰ La descomposición de los ingresos netos por canal ha sido calculada en base a la información proporcionada por nuestros *retailers* y distribuidores, junto con nuestra propia información (estimación de la compañía sobre el mercado).

La compañía estima que un 74%³⁰ de las ventas se corresponden al canal físico. En este canal **Puig** vende sus productos a través de grandes almacenes, *retailers* selectivos, farmacias, parafarmacia, *travel retail* y tiendas propias.

En 2023 aumentaron el número de tiendas propias por el crecimiento orgánico de la categoría Niche, principalmente gracias a Byredo, Penhaligon's y L'Artisan Parfumeur, y de Skincare Wellness con Kama Ayurveda. Se han añadido un total de 35 tiendas propias de **Puig** respecto a 2022.

Número de tiendas propias de Puig



³¹ Estimación de la compañía sobre el mercado, últimos datos disponibles.

Travel retail

El canal *travel retail* es una plataforma ideal para la construcción de las marcas debido a su alcance global. **Puig** continuó este año reforzando y transformando el canal gracias al ejercicio de elevación del *portafolio* Prestige de Carolina Herrera y Rabanne. En paralelo, se ha producido una aceleración en la expansión de la categoría Niche a través del incremento del número de puertas y productividad en ellas.

En 2023 **Puig** incrementó ligeramente su cuota de mercado global en *travel retail*³¹. Europa y América lideraron el crecimiento en el canal.

Todas las regiones recuperaron los niveles de tráfico del 2019 a excepción de Asia-Pacífico, cuya recuperación se ha visto obstaculizada por el retraso en la reapertura del tráfico internacional en el mercado chino, donde **Puig** tiene una menor presencia.

Puig estima que las ventas digitales suponen el 26%³² del total.

Puig tiene presencia a través de tres canales: *e-commerce* propios de las marcas, *e-tailing* de distribuidores que tienen tienda física y distribuidores con venta exclusiva *online* (*pure players*).

El objetivo en 2023 ha sido mejorar la efectividad en redes sociales y la implementación de sistemas de CRM³³.

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.

En global, las marcas de **Puig** crecieron un 15% respecto a 2022 en los *e-commerce* propios, recogiendo los resultados cosechados por la estrategia de las marcas, la expansión geográfica de los *e-commerce* existentes y la apertura de nuevos portales, como la primera web internacional de Kama Ayurveda, la *global digital flagship* de Nina Ricci o la web de Charlotte Tilbury específica para el mercado de Arabia Saudita.

Digital

³² La descomposición de los ingresos netos 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".

³³ Customer Relationship Management o gestión de relación con los clientes.



Innovación

Impulso de nuevas tecnologías en la industria

Como parte de su estrategia de liderar la innovación dentro del sector, **Puig** promueve de forma constante el espíritu emprendedor de las marcas y las personas que forman parte de la compañía.

Desarrollar y lanzar nuevos productos ayuda a mantener el atractivo de las marcas de **Puig**, aumentar la lealtad de los clientes y fomentar las compras. La atención de la compañía en esta área es un componente crítico de su plan de crecimiento y su desempeño dependerá, en parte, de su capacidad para continuar innovando y lanzando nuevos productos.

En 2023 **Puig** continuó activando asociaciones de sus marcas con *start-ups* y agencias líderes para probar nuevas tecnologías que ofrezcan nuevas experiencias de consumo.

Charlotte Tilbury lanzó en junio su primera *app*, diseñada para llegar a todos los públicos sin importar su nivel de experiencia en el sector de la belleza. La aplicación aprovecha el poder de la experiencia artística de la fundadora Charlotte Tilbury MBE, además del poder de las principales herramientas tecnológicas de belleza para educar, inspirar y recompensar a nuevos y existentes clientes. En 2023, la aplicación se descargó más de 640.000 veces.

Para celebrar la nueva fragancia Good Girl Blush, Carolina Herrera amplió sus horizontes digitales con una nueva colección de *non-fungible tokens* (NFTs). El diseño de estos NFTs encarna la esencia de la línea Good Girl, destacando el estilo y el dinamismo de la mujer moderna.

Rabanne presentó Rabanne Virtual Try-On, una innovación pionera en el mercado que usa animaciones hiperrealistas en 3D para ofrecer una experiencia de compra de productos de belleza verdaderamente inmersiva. El resultado es una herramienta interactiva con tecnología avanzada de seguimiento facial que permite a los usuarios descubrir, experimentar y definir su maquillaje único e individual de Rabanne, en cualquier momento y en cualquier lugar.

Penhaligon's continuó con el lanzamiento del programa Re-use & Make New Refill aprovechando la tecnología de recarga desarrollada en colaboración con el equipo de **Puig** Technologies. El servicio se ofrece en nueve *boutiques* de todo el Reino Unido.



Puig líder en innovación olfativa

En 2023 **Puig** ha ampliado su ecosistema olfativo, reforzando su posición como líder en innovación olfativa.

Este año se han producido avances y colaboraciones, que han mejorado la experiencia del cliente en la compra de fragancias, tanto *online* como *offline*.

Este mayor alcance en diferentes países, *retailers*, marcas y herramientas ha permitido a la compañía desarrollar una sólida red de inteligencia que proporciona información valiosa sobre las preferencias del consumidor en tiempo real.

El esfuerzo de **Puig** en innovación ha sido reconocido a nivel global, con 10 prestigiosos premios, incluido el Luxury Innovation Award, seleccionado por Richemont y LVMH.

WikiParfum, una plataforma digital con información precisa, objetiva e independiente, desarrollada por **Puig** en colaboración con Fragrances of the World en 2022, permite al usuario descubrir cómo huele un perfume antes de probarlo y entender qué notas son las que suele consumir y buscar otros productos afines. La plataforma continúa satisfaciendo las necesidades de los consumidores de obtener conocimientos más profundos sobre el universo de la perfumería y ofrecer mejores recomendaciones.

WikiParfum en cifras

25 idiomas
1.400 ingredientes
1.200 marcas
+25.000 perfumes listados

AirParfum, tecnología patentada por **Puig** en 2018 y que soluciona la dificultad de probar varias fragancias sin llegar a la saturación olfativa, continuó su implementación global con más de 65 instalaciones activas en 2023.

Algunos logros de AirParfum en 2023 fueron:

- Concesión de patentes en EE. UU. y China.
- Certificación técnica e implantación en los cinco continentes dentro de tiendas emblemáticas de marcas de lujo y *retailers*.
- Expansión a nuevas categorías, como “sabores” en colaboración con Hennessy, y experiencias culturales, como en el Museo del Prado de Madrid y Christie's en Londres.
- Inicio de participación de AirParfum en el primer ensayo clínico para la detección temprana de Alzheimer y Párkinson avanzando hacia la fase clínica final.



4

PUIG

Compromiso con la sostenibilidad





Nuestra guía

El Código Ético

Nuestra ambición

Ser una empresa sostenible

Nuestra hoja de ruta

La Agenda ESG 2030

Como hogar de marcas altamente deseadas, **Puig** fomenta el bienestar, la confianza y la autoexpresión. Como empresa familiar, está comprometida en dejar un mundo mejor a las próximas generaciones y en convertirse en una fuerza impulsora del cambio sostenible para construir un mundo próspero para las personas y el planeta. Como empresa global, y siendo conscientes de que para la elaboración de sus productos necesita recursos naturales -flores, algodón, pigmentos, miel y agua termal-, **Puig** tiene como objetivo promover un mundo más sostenible, equitativo e inclusivo.

Desde las últimas décadas, los valores, compromisos y principios de **Puig** están claramente descritos y reflejados en su Código Ético para asegurar que todas las personas que forman parte de la compañía conocen y comparten esta misma cultura. El Código Ético es la guía de **Puig**, su marco de referencia para todo lo que hace como negocio.

Puig está comprometida en convertirse en una empresa sostenible y, para ello, en 2021 la empresa definió su hoja de ruta: la Agenda ESG 2030. Mediante ésta, **Puig** se asegura de poner la sostenibilidad ambiental, una sociedad diversa e inclusiva y los criterios de buen gobierno en el centro de todas sus decisiones y su actividad diaria, trabajando en tres dimensiones:

- Planeta. Preservando el medio ambiente, respetando las comunidades en las que opera y creando valor para la sociedad.
- Personas. Respetando los Derechos Humanos dentro y fuera de la compañía y convirtiéndose en un lugar donde el talento diverso pueda alcanzar su potencial.
- Ética. Cumpliendo la ley, promoviendo buenas prácticas empresariales y defendiendo los más altos estándares de gobierno corporativo.



³⁴ Puntuación otorgada a Puig, S.L.

El compromiso de **Puig** con la sostenibilidad va más allá de los requisitos legales, contribuyendo globalmente en dos ambiciosos objetivos de sostenibilidad:

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

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



Puntuación: Climate (A)
Water (A-)
Forest (B papel), (B aceite de palma)



Apivita



Puntuación de 70/100
Medalla Gold³⁴



Puntuación de 20,7 (Riesgo Medio— ESG Risk Rating)



Destacados

³⁵ Puntuación otorgada a **Puig**, S.L.

³⁶ Niveles de riesgo ESG de Sustainalytics: insignificante (0-10 puntos), bajo (10-20), medio (20-30), alto (30-40) y grave (más de 40).

³⁷ <https://www.ft.com/climate-leaders-europe-2023>.

³⁸ Coalición del sector privado destinada a acelerar la transición hacia un futuro más sostenible en el sector mundial de la moda, los textiles y la confección.

³⁹ Long Term Incentive Plan.

⁴⁰ Puntuación pendiente por parte de CDP a cierre del ejercicio.

⁴¹ Task Force on Climate-related Financial Disclosure.

⁴² Task Force for Nature-related Financial Disclosure.

⁴³ Science Based Targets.

- Integración de todos los negocios en la Agenda ESG 2030 de **Puig**.
- Ampliación del ESG Team, liderado por el Chief Sustainability Officer. A cierre de año estaba formado por Sostenibilidad, Recursos Humanos, Operaciones, Finanzas y Compliance.
- Aprobación y lanzamiento de la nueva versión del Código Ético, con una aceptación del 93,3% de los empleados de **Puig**.
- Más del 80% de los préstamos bancarios a largo plazo de **Puig** están vinculados a criterios sostenibles, en línea con la Agenda ESG 2030.
- Reevaluación global de **Puig** con EcoVadis, consiguiendo una puntuación de 70/100 (+3p), manteniendo la medalla de oro³⁵.
- Reevaluación global de **Puig** con Sustainalytics. Puntuación de 20,7 (riesgo medio), reduciendo con éxito la puntuación hacia el riesgo bajo³⁶.
- Aparición por segundo año consecutivo en el *ranking* de los 500 líderes europeos en clima del Financial Times³⁷.
- Incorporación al Fashion Taskforce de la Sustainable Markets Initiative³⁸.
- Primer año incluyendo criterios ESG en la remuneración de los directivos de todas las unidades de negocio, tanto en el LTIP³⁹ como en el bonus anual, tras su aprobación en 2022.
- Certificación Positive Luxury para Kama Ayurveda.

Medioambiente

- Proyecto de definición del Plan de descarbonización de la cadena de suministro.
- Segunda evaluación del global del grupo en los tres formatos de CDP (Climate, Water y Forest)⁴⁰.
- Reevaluación de riesgos climáticos (TCFD⁴¹) y evaluación por primera vez de los riesgos de naturaleza (TNFD⁴²). Estas evaluaciones contribuyen a la identificación de acciones para la adaptación a posibles impactos derivados del cambio climático.
- Presentación a la iniciativa SBT⁴³ de objetivos revisados en cuanto a reducción de emisiones, integrando la totalidad del negocio, junto con el compromiso oficial con el objetivo *net zero*.
- Aceleración del proyecto Dry Factory en la planta de Vacarisses.



- Apuesta por el autoconsumo con la ampliación del parque fotovoltaico.
- Aprobación y comunicación de la Política Forestal, la Política de Agua y la Política de Residuos.

Social

- Aprobación de la Política de Derechos Humanos de **Puig** para las personas trabajadoras.
- Lanzamiento del programa de formación en liderazgo (LIT) para los líderes de la organización.
- Inauguración de nuevos espacios corporativos más versátiles para una mejor experiencia de trabajo.
- Mayor número de filiales y crecimiento de la estructura organizativa.

Gobernanza

- Nuevo modelo de *compliance* desde el 1 de enero de 2023.
- Evaluación ESG de proveedores con EcoVadis y/o Sedex para todo el grupo.
- Aprobación de un plan de auditorías ESG *in situ* a proveedores.
- Creación del Sustainable Business Committee en Charlotte Tilbury.

La Agenda ESG 2030

Puig parte de la identificación de las cinco áreas materiales con mayor impacto en el planeta, las personas y el desarrollo:

 Emisiones	 Materiales, ingredientes y residuos	 Biodiversidad
 Agua	 Aprovisionamiento justo	

El plan de implementación se desarrolla en seis pilares y se aplica al perímetro global del negocio:

 Product Stewardship Innovar para elaborar productos de origen natural y sostenibles y aplicar criterios de ecodiseño en los envases.	 Sustainable Sourcing Trabajar junto a 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 Ser rigurosos y exigentes en las instalaciones, atendiendo a la gestión del agua, la energía y los residuos.	 Conscious Living Fomentar las buenas prácticas a través de la sensibilización, participación y formación para empleadas/os y <i>stakeholders</i> .	 Nature Stewardship Trabajar para preservar el equilibrio de la naturaleza y lograr un impacto positivo en la biodiversidad.

Los seis pilares de la Agenda ESG 2030 se materializan a través de 16 programas con objetivos específicos para abordar los temas de sostenibilidad más relevantes de la industria. Estos programas se implementan internamente mediante diversas iniciativas con un objetivo claro a 2030 y con un cronograma de implementación y responsabilidad, y que tienen un impacto directo en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

En la siguiente tabla queda descrito el detalle de los seis pilares, 16 programas y diferentes iniciativas de la Agenda ESG 2030 de **Puig**, así como su nivel de consecución a 2023.



Objetivos e indicadores de la Agenda ESG 2030 de Puig y nivel de consecución 2023

ODS en los que Puig impacta con sus acciones de la Agenda ESG 2030

Descripción del indicador	Objetivo 2030	Resultado 2023	Negocios reportados 2023	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																				
Fórmulas que cumplen las políticas de seguridad y sostenibilidad de ingredientes de Puig Reformulaciones	100%	86%	F			●						●			●	●				
Nuevos lanzamientos realizados a partir de 2022 en fragancias y cuidado de la piel con un mínimo 90% de ingredientes de origen natural	100%	93%	F Solo 2023			●						●			●	●			●	
2. Reducir el peso y/o el volumen del packaging																				
Reducción del volumen del packaging del negocio de fragancias vs. 2019	20%	5,5%	F									●			●	●				
3. Impulsar la adopción de materiales sostenibles en el packaging																				
Packaging que cumple con al menos uno de los siguientes criterios: • 30% de eco-componentes ¹ en el packaging • 80% de reciclabilidad del producto • Sistema recargable	100%	47%	Ap, CT, F									●			●	●	●	●	●	●
4. Promover la economía circular y los principios end of life																				
Número de productos con una puntuación B+ evaluados en el ACV (análisis de ciclo de vida) interno.	100%	45%	F*		●							●		●	●	●	●	●	●	●
Sustainable Sourcing																				
5. Ampliar el mapeo, la evaluación y el seguimiento del impacto ESG de los proveedores																				
Volumen de compra de proveedores inventariables evaluado con EcoVadis o Sedex	90%	88%	Ap, CT, F, M	●	●	●		●				●	●		●	●			●	●
Volumen de compra de proveedores no inventariables evaluado con EcoVadis o Sedex	80%	31%	F, M, CT	●	●	●		●				●	●		●	●			●	●
Proveedores evaluados con puntuación superior a 45/100 ²	100%	90%	F, CT	●	●	●		●				●	●		●	●			●	●
Proveedores evaluados con puntuación superior a 75/100 ²	30%	25%	F, CT	●	●	●		●				●	●		●	●			●	●
6. Mejorar la trazabilidad y aumentar la cantidad de materias primas certificadas Materias primas clave certificadas																				
Papel: FSC	100%	88%	AP, CT (solo directas), DVN, F, RBN	●		●						●	●		●	●			●	●
Aceite de palma y derivados: RSPO ³	100%	99%	AP (solo directas), F (solo terceros)	●		●						●	●		●	●			●	●
Alcohol: SAI	100%	73%	AP (solo directas), F	●		●						●	●		●	●			●	●
Responsible Logistics																				
7. Extender el mapeo y ampliar la evaluación de riesgos ESG en los proveedores de transporte y almacén																				
Gasto en proveedores de logística evaluado por EcoVadis o Sedex	100%	92%	F	●	●	●		●				●	●		●	●			●	●
8. Invertir en la descarbonización de la logística y la cadena de suministro																				
Tasa de ocupación de envíos	>85%	64%	F, CT									●	●	●	●	●				●
Reducción de emisiones generadas por la carga aérea vs. 2022	20%	18%	Ap, CT, F ¹¹								●	●	●	●	●	●				●
Peso transportado por carretera con alternativas más sostenibles	50%	15%	Ap, CT, F ¹¹								●	●	●	●	●	●			●	●

ODS en los que Puig impacta con sus acciones de la Agenda ESG 2030

Descripción del indicador	Objetivo 2030	Resultado 2023	Negocios reportados 2023	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Responsible Manufacturing and Facilities																				
9. Reducir los residuos en toda la cadena de valor y mantener una alta valorización de residuos																				
Instalaciones que envían cero residuos al vertedero	100%	19%	Puig ^a							●		●	●	●	●				●	
10. Reducir las emisiones y mejorar la eficiencia energética de todas las instalaciones																				
Electricidad renovable consumida	100%	82%	Puig							●		●	●	●	●				●	
Energía termal renovable consumida	100%	10%	Puig							●		●	●	●	●				●	
Energía autogenerada sobre el total consumido	20%	1%	Puig							●		●	●	●	●				●	
11. Invertir en sistemas de reducción y reutilización del uso del agua																				
Reducción en el consumo de agua en las fábricas vs. 2022	40%	11%	Puig ^a							●		●	●	●	●	●	●	●	●	●
Conscious Living																				
12. Promover la educación y la conciencia sobre la sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor																				
Lanzamiento de una acción de compromiso ESG anual con un porcentaje mínimo de participación de los empleados	>40%	54%	F, M ^e				●			●				●	●					●
13. Minimizar la huella ambiental de los empleados																				
Flota de vehículos eléctrica o híbrida	100%	53%	Ap, F ^o							●				●	●	●				
Nature Stewardship																				
14. Trabajar por un impacto positivo o neutro en la biodiversidad																				
Materias prima clave con cero deforestación en la cadena de suministro	100%	En definición													●	●			●	●
15. Implementar programas de <i>insetting</i> de carbono dentro de la cadena de valor																				
Proyectos de <i>insetting</i> financiados dentro de la cadena de valor	>1	En definición										●	●		●	●	●	●		●
16. Compensar emisiones a través de soluciones climáticas basadas en la naturaleza y otros créditos de carbono																				
Inversión en créditos de carbono para acelerar la acción climática realizada a través de proyectos con un impacto positivo en la naturaleza	100%	100%	Puig	●	●	●	●	●			●		●			●			●	●

No incluye datos de Uriage en ningún indicador.
 Leyendas: Ap (Apivita), CT (Charlotte Tilbury), DVN (Dries Van Noten). F (fragancias), RBN (Rabanne).

¹ Componentes de origen reciclado, biodegradable, materiales naturales o bioplásticos, evitando la resina de polyoxymethylene (POM) y el acrilonitrilo butadieno estireno (ABS).
² No aplica a las casas de moda ya que utilizan SEDEX, que no proporciona puntuación.
³ RSPO balance de masas o superior.
⁴ Alternativas más sostenibles incluyen la tecnología dual de EVARM, el gas natural o el transporte multimodal que combina carretera con tren y/o mar principalmente.
⁵ Solo implementado en el negocio de fragancias.

⁶ Invisible Beauty solo se ha lanzado en los negocios de fragancias y moda hasta el momento.
⁷ El eco-score es una metodología interna que evalúa el impacto medioambiental de los productos de Puig, considerando el *packaging* y la fórmula, dando una puntuación siendo A la más alta y D la más baja.
⁸ Solo aplica a oficinas y plantas de producción.
⁹ Solo aplica a plantas de producción.
¹⁰ Charlotte Tilbury no dispone de flota.
¹¹ No disponemos de datos primarios de Byredo, Kama Ayurveda, Loto del Sur y Uriage.

* 1. Fin de la pobreza
 2. Hambre cero
 3. Salud y bienestar
 4. Educación de calidad
 5. Igualdad de género
 6. Agua limpia y saneamiento
 7. Energía asequible y no contaminante
 8. Trabajo decente y crecimiento económico
 9. Industria, innovación e infraestructura
 10. Reducción de las desigualdades
 11. Ciudades y comunidades sostenibles
 12. Producción y consumo responsables
 13. Acción por el clima
 14. Vida submarina
 15. Vida de ecosistemas terrestres
 16. Paz, justicia e instituciones sólidas
 17. Alianzas para lograr los objetivos



Medioambiente

Descarbonización de nuestra actividad

⁴⁴ Consultar listado de certificaciones ISO en el Anexo 4.

Desde el lanzamiento del primer plan de sostenibilidad de **Puig** en 2014, la empresa ha estado comprometida en reducir sus emisiones de carbono a la atmósfera, lo que implica trabajar de forma integrada en toda la actividad y cadena de valor.

Conscientes de que toda acción, por pequeña que sea, supone un paso adelante en la consecución de los objetivos de su Agenda ESG 2030, en 2023 **Puig** lanzó nuevas iniciativas y extendió las existentes a otras unidades de negocio de la compañía.

- Plan de descarbonización de la cadena de suministro, con un piloto en tres de las principales categorías de compras y en los principales proveedores.
- Definición del Plan ESG para Retail, para extender criterios de sostenibilidad a los puntos de venta propios del negocio de fragancias, que se implementará a partir de 2024. El fin es asegurar el compromiso de los profesionales y *stakeholders* de los puntos de venta propios de **Puig** en los objetivos de la compañía. La primera fase del plan es medir la huella de carbono de los materiales del punto de venta para, a partir de la información obtenida, poder establecer objetivos de mejora. En 2023 se realizaron los primeros *workshops* con las marcas, con los mercados y con los proveedores.
- Colaboración con DHL Global Forwarding en un proyecto de descarbonización del transporte marítimo a través de la utilización de biocombustibles, una opción más sostenible. En 2023 se ha implementado en la ruta Barcelona-Nueva York.

Proyecto para la optimización del cálculo de la huella de carbono, que ha supuesto:

- Revisión del cálculo de la contribución a la huella de **Puig** de las empresas participadas.
- Mejora en el cálculo, minimizando el volumen de datos estimados.
- Definición de un plan estratégico ESG en Carolina Herrera, con la colaboración de una consultora externa, con el objetivo de extender, en el futuro, los aprendizajes al resto del negocio de moda de **Puig**.
- Certificación ISO 14001 (sistema de gestión ambiental) en las oficinas de Champs-Élysées (París)⁴⁴.



El camino al *net zero* y la contribución al 1,5°C

A mediados de 2023, con posterioridad a la presentación de la Memoria 2022, se puso en marcha un proyecto de revisión de los factores de emisión de referencia para el cálculo de la huella de carbono de **Puig**. Los datos de la huella de carbono han sido revisados para 2022 en base a la actualización de algunos factores de emisión y la sustitución de determinadas estimaciones por datos primarios. Este proyecto llevó a una reformulación de la huella 2022 para asegurar la comparabilidad y consistencia de los datos publicados, que quedó en 612.257 tCO₂e, una disminución de 33.016 tCO₂e (-5%) respecto a la presentada en la anterior Memoria.

Huella de carbono de Puig

⁴⁵ El desglose de la huella de carbono de Puig y el análisis de impactos relevantes se puede consultar en el Anexo 2.

⁴⁶ Iniciativas explicadas en la sección de Naturaleza y biodiversidad. En 2023 se ha invertido en 17.000 tCO₂e.

⁴⁷ Los datos verificados presentados en la Memoria 2022 fueron los siguientes:

Alcance 1	Total consumo de energía	kWh	12.119.827
Alcance 2	Electricidad	kWh	23.088.153
	Vapor y calefacción	kWh	64.752
Alcance 3	Agua	m ³	258.559
	Papel	kg	309.869

En 2023 **Puig** ha incrementado la huella en un 8%, un valor muy por debajo del incremento de los ingresos netos, que aumentaron en un 19%. Esta evolución de la huella por debajo de la del negocio demuestra la eficiencia en la gestión de la actividad del grupo, fruto de las medidas de optimización puestas en marcha en los diferentes pilares de la Agenda ESG 2030. En consecuencia, la ratio sobre ingresos netos ha disminuido hasta las 154 tCO₂e/M€, un -9% respecto al recálculo de 2022.

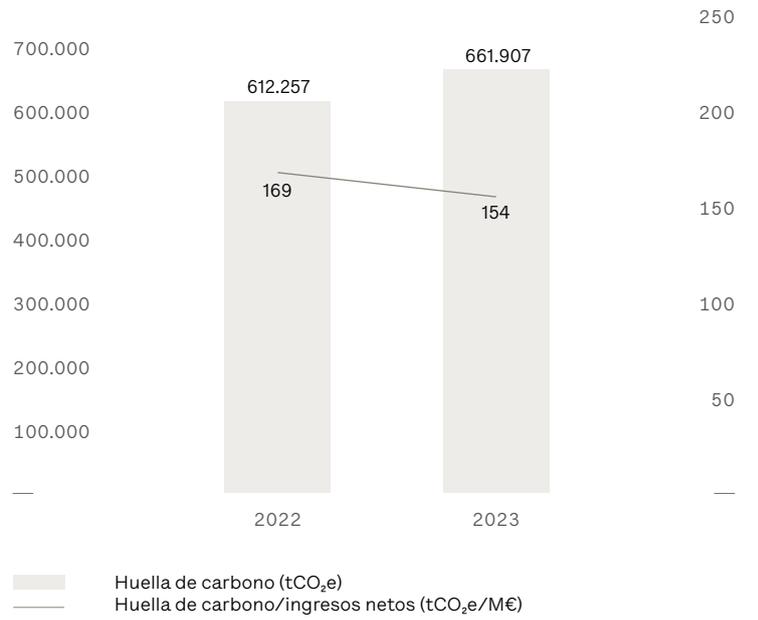
El aumento del 8% viene determinado por el alcance 3, debido a un incremento de la cifra de negocios, una revisión de los factores de emisión y un incremento relevante en la categoría 4 (transporte y distribución aguas arriba)⁴⁵.

En 2023 **Puig** ha colaborado en dos iniciativas de inversión de créditos de carbono para acelerar la acción climática⁴⁶.

Emisiones de GEI [tCO₂e]

	2022 ⁴⁷		2023	
Total alcance 1+2	6.674	1,1%	6.449	1,0%
Total alcance 3	605.583	98,9%	655.458	99,0%
Total	612.257		661.907	

Evolución de la huella de carbono de Puig (tCO₂e)





Productos responsables y sostenibles

⁴⁸ SPICE: una iniciativa de las empresas de cosmética en la que participan las principales marcas a nivel global, para desarrollar metodologías y recopilar datos para mejorar la toma de decisiones relacionada con el desempeño medioambiental de toda la cadena de valor del *packaging*.

⁴⁹ EBS Consortium: una iniciativa que trabaja con el objetivo de definir una metodología común para medir el impacto ambiental de la fórmula y el *packaging* de los productos de la industria cosmética.

⁵⁰ Fédération des Entreprises de la Beauté.

Todas las etapas del ciclo de vida de los productos de **Puig** se monitorizan y se definen acciones para optimizarlas con el objetivo de alinear su *portfolio* con los estándares más exigentes, dar respuesta a las expectativas de los clientes y consumidores, y minimizar su impacto medioambiental.

Puig es miembro de dos relevantes iniciativas internacionales para la mejora del desempeño ambiental de los productos cosméticos:

1. SPICE⁴⁸: **Puig** utiliza su metodología para calcular el impacto medioambiental del *packaging* desde la fase de diseño en los negocios de fragancias, cuidado de la piel y maquillaje y proponer mejoras a los equipos de desarrollo.
2. EBS Consortium⁴⁹: **Puig** participa en el desarrollo de una metodología para evaluar el impacto medioambiental de los productos cosméticos. A la espera de la finalización del proyecto, los equipos de **Puig** han trabajado en una evaluación interna (*eco-score*) de sus productos en cuanto a la formulación y el *packaging* para así definir planes de mejora. En el futuro se alineará esta metodología propia con la de EBS.

Además, **Puig** participa activamente en Cosmetics Europe, CTPA, Stanpa, Hellenic Cosmetic Association, Cosmetic Valley y FEBEA⁵⁰, entre otras.

Destacados

⁵¹ Forest Stewardship Council, organización mundial sin ánimo de lucro dedicada a promover la gestión forestal responsable y sostenible.

⁵² Calculado con datos del negocio de fragancias, el de moda de Rabanne y las marcas Dries Van Noten, Apivita y Charlotte Tilbury.

⁵³ Roundtable on Sustainable Palm Oil (Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible).

⁵⁴ Compra directa del negocio de fragancias y complementos y de la marca Apivita, y compras a terceros en el negocio de fragancias y complementos.

- El 93% de los nuevos desarrollos en fragancias y sus complementos de gama tiene un mínimo del 90% de ingredientes de origen natural.
- El 73% de los productos de Uriage tiene más de un 80% de ingredientes de origen natural.
- El 88% de los nuevos lanzamientos de Apivita tiene un mínimo del 90% de ingredientes de origen natural.
- Incremento de los envases rellenables.
- Aumento del porcentaje de certificación FSC⁵¹ del papel (88% del gasto)⁵² y RSPO⁵³ del aceite de palma (99% del gasto)⁵⁴.



Ingredientes

⁵⁵ A excepción de la gama de coloración capilar y la Bee Sun Safe Suncare.

⁵⁶ Otorgado por el Leaping Bunny Program, el estándar de mayor reconocimiento global de certificación de productos cosméticos, de cuidado personal y de aseo del hogar *cruelty free*. Más información en <https://www.leapingbunny.org/>.

Puig se autoimpone normas más estrictas que las exigidas por las regulaciones vigentes para maximizar la inocuidad de sus productos, y monitoriza cualquier investigación sobre seguridad de los ingredientes para actualizar sus protocolos en consonancia. Desde un punto de vista científico, cualquier ingrediente debe estar en la dosis correcta para garantizar su seguridad, por esta razón **Puig** estudia y testea cada uno para elegir solo aquellos con el estándar de calidad más elevado para la seguridad humana y medioambiental.

Los segmentos de negocio de fragancias, maquillaje y cuidado de la piel tienen desarrolladas sus políticas de ingredientes, que aplican a todos los nuevos productos y a la reformulación progresiva de los ya existentes. El objetivo es doble: garantizar las consideraciones de seguridad humana y medioambiental de la compañía y mejorar la huella de los productos.

Desde 2022, **Puig** trabaja para alcanzar un mínimo del 90% de ingredientes de origen natural en el negocio de fragancias, siempre que esta alternativa no sea perjudicial para la salud.

Charlotte Tilbury ha iniciado en 2023 la introducción de ingredientes de origen natural en los nuevos desarrollos de cuidado de la piel y la mayoría de los productos de Apivita incorporan más de un 90% de ingredientes de origen natural⁵⁵.

En el negocio de moda, **Puig** está centrando sus esfuerzos en incorporar cada vez más un mayor número de materias primas certificadas. En 2023, un 25% de las materias primas de Carolina Herrera fueron de origen sostenible.

Todos los ingredientes que utiliza **Puig** se compran a proveedores que cumplen con su Política de Abastecimiento Sostenible. Además, se realizan controles internos regulares para asegurar el cumplimiento de las legislaciones cosméticas de aplicación.

Por otro lado, **Puig** no realiza testeo en animales desde hace más de cuatro décadas, se asegura de que tampoco se lleven a cabo en su cadena de suministro, y apoya con firmeza las iniciativas que se posicionan en contra de este tipo de pruebas. Charlotte Tilbury tiene la certificación Leaping Bunny desde 2021⁵⁶.

En 2023 se ha avanzado sustancialmente en la sustitución de materiales por otros más sostenibles en el *packaging*, con acciones como:

- Implementación progresiva de soluciones sin plástico para las bandejas de las marcas Lifestyle.
- Aceleración en el uso de materiales PCR⁵⁷ en todas las categorías. El vidrio PCR ha supuesto un 15% en las fragancias Le Male, Lady Million y Good Girl.

Packaging

⁵⁷ Material Reciclado Post-Consumo.

- Uso de film de celofán monomaterial, que mejora la reciclabilidad.
- Establecimiento de un 30% mínimo de origen PCR en el plástico en Charlotte Tilbury. Además, en 2023 se ha eliminado el plástico en todos los sets de regalo.
- Reducción del peso de los envases en Apivita: un 44% en la línea New Beevine Elixir, por ejemplo.
- 100% de polietileno de baja densidad reciclable en las bolsas de envío de Dries Van Noten.
- Fijación del objetivo del 40% mínimo de materiales con mejores atributos de sostenibilidad que los actuales (reciclables, certificados, etc.) en el negocio de moda de Rabanne.
- Eliminación del plástico en todos los *coffrets* de las fragancias Prestige.

Al día en los aspectos regulatorios

Debido a la creciente regulación a la que está sometido el *packaging*, **Puig** colabora en diferentes iniciativas internacionales para asegurar un total alineamiento con cualquier posible cambio, y participa en los grupos de trabajo de *packaging* y residuos de Cosmetics Europe.

En 2023 se ha trabajado en la incorporación de los pictogramas de reciclaje de acuerdo con la regulación francesa para ayudar a los consumidores a la correcta separación de residuos y en la adaptación a la regulación china sobre el *packaging*.

Optimización del *packaging*

Puig ha seguido trabajando en reducir el volumen del *packaging* en todas las categorías de producto con diferentes acciones:

- Disminución del volumen de las cajas de embalaje, que ha supuesto una optimización de la carga de los palés.
- Reducción del espacio entre *packaging* primario y secundario en el segmento de negocio de fragancias, y del volumen en los formatos de regalo en Charlotte Tilbury.
- Eliminación de las cajas en la línea Intimate Hygiene en Apivita.
- Consecución del 75% de embalajes de expedición planos en Dries Van Noten.
- Proyecto de disminución del volumen y la gama de *packaging* en Rabanne moda.

Envases recargables

Gracias a las acciones iniciadas en 2022 en esta materia, en 2023 se ha incrementado sustancialmente el número de referencias de producto con formatos recargables en los negocios de fragancias, maquillaje y cuidado de la piel⁵⁸.

⁵⁸ No aplica al negocio de moda.



Charlotte Tilbury ha lanzado 16 nuevos productos rellenables y ha cerrado el año con otros cuatro en desarrollo. Desde principios de 2023 se ha incorporado la valoración de opciones rellenables a todos los procesos de desarrollo de nuevos productos de la marca.

En el negocio de fragancias se han lanzado formatos recargables de Good Girl, Bad Boy, Gaultier Divine y algunas Aguas de Adolfo Domínguez, entre otros, y de las líneas de maquillaje de Carolina Herrera y Christian Louboutin Beauté.

Penhaligon's ha aumentado hasta cinco los puntos de venta con máquinas de recarga a disposición de los clientes.

Trazabilidad

⁵⁹ RSPO Aislado: aceite de palma sostenible certificado RSPO de diferentes fuentes certificadas que se mantiene separado del aceite de palma común a lo largo de la cadena de suministro.

Trazar la procedencia de todas las materias primas y materiales es un aspecto clave en **Puig** para asegurar su origen sostenible y respetuoso con el medio ambiente y con los Derechos Humanos. En 2023 se ha puesto el foco en:

- Incrementar el volumen de materias primas y materiales con certificación sostenible, como FSC para el papel y RSPO para el aceite de palma. Penhaligon's es miembro de la RSPO desde 2017 y solo utiliza aceite de palma y sus derivados con certificación RSPO Aislado⁵⁹.
- Creación del Sustainable Business Committee en Charlotte Tilbury para integrar aún más la estrategia ESG en toda la cadena de valor de la marca, incluyendo monitorizar nuevas opciones de materias primas y supervisar la conformidad de las actuales para avanzar en aspectos de trazabilidad, sostenibilidad y certificaciones.
- Colaboración de Carolina Herrera con la iniciativa Sourcing4Good, de Givaudan, que promueve la transparencia en las cadenas de suministro para garantizar la trazabilidad.

Gestión responsable de proveedores

Destacados

- ⁶⁰ Compras totales del grupo excepto Uriage y no inventariables de Apivita.
- ⁶¹ Ethical Trading Initiative, por sus siglas en inglés.
- ⁶² Alineada con la Política de Abastecimiento Sostenible de Puig.
- ⁶³ SMETA es una auditoría que ayuda a las empresas a comprender los estándares de trabajo, salud y seguridad, desempeño ambiental y ética dentro de sus propias operaciones o en las de un proveedor.

Puig implementa acciones de forma continua para garantizar el óptimo comportamiento ético, medioambiental y social de la cadena de suministro y alinearla con la Agenda ESG 2030.

- Nueva campaña de evaluación de proveedores con EcoVadis y Sedex, alcanzando un 55% del volumen total de compras⁶⁰.
- Segunda campaña CDP Supply Chain, en la que invitamos a los proveedores de **Puig** en todos los segmentos de negocio, para que respondan al cuestionario. De esta manera se conoce en detalle el comportamiento medioambiental del proveedor.
- Aprobación del plan global de auditorías ESG *in situ* a proveedores, en todas las categorías de producto, con una primera fase liderada por Charlotte Tilbury.
- Lanzamiento del Supplier Sustainability Pack en Charlotte Tilbury, formado por el Código de Conducta de Proveedores (actualizado este año para alinearlo con el ETI⁶¹), el programa de seguimiento y la Responsible Sourcing Policy (con requerimientos para las materias primas clave)⁶² de la marca.

En 2023 se ha actualizado la Política de Abastecimiento Sostenible, para alienarla con nuevos estándares globales más exigentes con relación a las compras, de aplicación a todos los proveedores de la compañía.

Puig realiza un programa anual de monitorización de los proveedores a través de las auditorías documentales de EcoVadis y las auditorías *in situ*. Para estas últimas se ha aprobado en 2023 un programa global de auditorías siguiendo la metodología SMETA⁶¹ de Sedex.

Además, Carolina Herrera colabora con la iniciativa Sourcing for Shared Value de Givaudan, que tiene el objetivo de garantizar la integridad en la manera en que se producen las materias primas, desde un punto de vista social, medioambiental y de gobernanza.

Para monitorizar el desempeño ESG de los proveedores se ha continuado trabajando con EcoVadis y Sedex, según las categorías de producto.

- Séptima campaña de evaluación con EcoVadis, con un alcance del 93% del volumen de compras inventariables⁶⁴ y 33% de las no inventariables⁶⁵. La puntuación promedio fue de 62 puntos (61 en 2022), 16 puntos por encima de la media de EcoVadis.
- Segunda campaña de evaluación con Sedex en Carolina Herrera y Dries Van Noten y extensión al resto de casas de moda del grupo.

Evaluación

- ⁶⁴ Para los negocios de fragancias y complementos y las marcas Charlotte Tilbury y Apivita.
- ⁶⁵ Para los negocios de fragancias y complementos y la marca Charlotte Tilbury.



- Segunda campaña de CDP Supply Chain en el negocio de fragancias, con una tasa de respuesta del 73% (+4 pp vs. 2022).

Auditorías

⁶⁶ Para aquellos proveedores que no dispongan de auditoría vigente con Sedex.

El Programa Anual de Auditorías Internas de **Puig** comprende a proveedores de materias primas, de *packaging* y terceros subcontratados (auditorías de segunda parte) y se realizan *on-site*. Se incluyen todos los aspectos relacionados en el Sistema de Gestión Integrado: gestión de la calidad, buenas prácticas de fabricación, medio ambiente y la seguridad y salud ocupacional.

Los principales objetivos de estas auditorías son:

1. Verificar la capacidad del proveedor para cumplir con los requisitos de **Puig** y el cumplimiento normativo.
2. Definir planes de acción para reducir brechas y mejorar la confianza.
3. Desarrollar relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores.
4. Agregar valor a las auditorías estrictamente regulatorias o de certificación.

El criterio de selección de los proveedores y la frecuencia de las auditorías se fija en base a la relevancia, al riesgo y a la fecha de la última actuación.

En 2023 se realizaron un total de 54 auditorías a proveedores y terceros, ubicados en Europa, Asia y Latinoamérica, en las que se revisó la disponibilidad de certificaciones medioambientales, la pertenencia al sistema de evaluación de EcoVadis, las prácticas y procesos para la protección del medioambiente, las medidas de protección de las personas trabajadoras, la prevención de riesgos, las buenas prácticas de fabricación y la calidad de los procesos y productos.

En aquellos casos en los que se detecta alguna desviación, el proveedor debe proponer un plan de acción para su resolución.

Grupo auditado	2023
Logística con terceros	1
Terceros de fabricación y <i>outsourcing</i>	30
Proveedores de <i>packaging</i> y punto de venta	23
Total	54

En 2023 se ha definido y aprobado un plan global de auditoría ESG de aplicación a los proveedores en todas las categorías de producto de **Puig**. Estas auditorías se realizarán a partir de 2024 siguiendo la metodología SMETA de Sedex⁶⁶ y estarán a cargo de auditores externos.

En 2023, se ha implementado una primera fase en 14 proveedores de Charlotte Tilbury, de los cuales se han auditado un total de 20 fábricas.

El plan de auditorías permitirá a **Puig** identificar riesgos ESG de aplicación en todos los países en los que opera, tener más visibilidad sobre su desempeño y definir acciones correctivas.

Proximidad

Trabajar con proveedores de proximidad es un criterio relevante para **Puig**, ya que se gana en eficiencia en el trabajo conjunto, se contribuye a la dinamización económica del entorno y se reduce la huella de carbono.

En servicios como restauración, limpieza, seguridad y ciertos aspectos de calidad, la proximidad es un factor determinante. En el caso de productos que ocupen un gran volumen, como los *coffrets*, el criterio de elección del proveedor de manipulación es importante por las distancias que recorren los productos entre los diferentes centros.



Circularidad

⁶⁷ Debido al tipo de actividad, el desperdicio de alimentos no es un tema material para Puig.

En 2020 la Comisión Europea aprobó el nuevo Plan de acción para la economía circular, dentro de su compromiso con el crecimiento sostenible y, a finales de 2022, entró en vigor una nueva normativa europea para poner fin al despilfarro de envases e impulsar la reutilización y el reciclado, para hacer frente a un crecimiento exponencial de los residuos.

Puig se adhiere a estos objetivos, con acciones centradas en tres ejes:

1. Reducción de los residuos⁶⁷

Acciones significativas para la reducción del plástico:

- Estudio para la sustitución del plástico por papel para envolver los palés en la planta de Alcalá de Henares.
- Estudio para la sustitución del plástico de las bandejas de transporte de los proveedores de vidrio en la planta de Alcalá de Henares.
- Optimización de la separación de los diferentes tipos de plástico en la planta de Chartres, que ha supuesto alrededor de un 20% menos de residuo a incineradora y, por tanto, un 20% más aproximado de producto valorizado.
- Eliminación de las botellas de un solo uso en el *showroom* y en los desfiles de Dries Van Noten, y en las instalaciones de Échirrolles.
- Sustitución del plástico por otro biodegradable en los tratamientos del Centro Termal de Uriage.

Acciones significativas en los procesos productivos:

- Reutilización del propóleo residual del proceso de producción de la gama facial Beewine Elixir de Apivita, en la producción de pastillas de jabón de la marca, y del extracto de hoja de la vid como fertilizante.
- Instalación de una compactadora de barriles en Uriage, con el objetivo de reducir el número de contenedores y mejorar la reciclabilidad y la valorización.
- Producción exclusivamente contra pedido para muestras y prendas en Carolina Herrera.
- Estudio para reducir el número de botellas de fragancias descartadas en la planta de Chartres.
- Testeo para la reutilización o reciclaje de los tejidos y retales sobrantes de otras temporadas en el negocio de moda de Rabanne y Jean Paul Gaultier, que en 2025 será obligatorio en la Unión Europea.
- Talleres con equipos transversales para minimizar los residuos de las colecciones en Rabanne moda.



⁶⁸ Excluye Byredo, Kama Ayurveda y Loto del Sur. Uriage y casas de moda con datos estimados.

Acciones para reducir el consumo de papel:

- Digitalización de facturas y recibos, implantación de un sistema de tomografía para la recepción de producto y envíos, reutilización de papel de seda de las materias primas como relleno para los envíos en Dries Van Noten.
- Despliegue de la iniciativa *paperless* en las oficinas de Apivita.

Acciones para reducir los residuos en las oficinas:

- Estudio para la reducción de residuos orgánicos en la sede de Barcelona.
- Incorporación de cubertería reutilizable en el *Welcome Kit* de las oficinas de París.
- Proyecto para mejorar la gestión de residuos en las oficinas de Uriage, a implementar a inicios de 2024.
- Sustitución de las cápsulas de café de aluminio en Rabanne y Nina Ricci moda por café molido.

2. Aumento de la valorización de residuos

- Cuatro de las siete fábricas con residuo cero a vertedero.
- Tasa de valorización del 83%⁶⁸.

3. Alargar la vida útil de los productos para retrasar su llegada al vertedero

- Incremento de los formatos rellenables en todas las categorías de producto.
- Colaboración de Carolina Herrera moda con Fabscrap para reciclar las sobras de tejido. En 2023 se ha evitado que 1.766 kg acaben en el vertedero.
- Creación de una *newsletter* en Uriage para sensibilizar a sus consumidores sobre la gestión de residuos en el baño.

Eficiencia

Destacados

En 2023 **Puig** ha continuado con su ambicioso programa de optimización de la eficiencia en todas las operaciones, con el objetivo de mantener los mejores resultados con el menor consumo de recursos energéticos. Esta optimización se realiza incorporando modelos de gestión sostenibles, tecnología y hábitos responsables.

- Incremento del parque fotovoltaico.
- Finalización de la fase preparatoria para el lanzamiento del proyecto Dry Factory.
- Apertura del edificio Torre **Puig**-T2 en la sede de Barcelona, que cumple con los estándares de ESG más exigentes.

Energía

⁶⁹ Business Management System.

Reducción del consumo

Despliegue de medidas y tecnología para optimizar el consumo:

- Sustitución de la iluminación convencional por tecnología LED en diferentes zonas en Alcalá de Henares y el edificio de François 1er (París). Sustitución completa en Apivita y piloto para instalación de LED con sensores en el almacén de la compañía.
- Sustitución de los compresores por otros más eficientes en la planta de Vacarisses.
- Despliegue de un proyecto para conectar la iluminación al BMS⁶⁹ del propietario y cambio en la iluminación a una de intensidad regulable en función de la luminosidad exterior en las oficinas de Champs-Élysées.
- Instalación de medidores de potencia individuales en las líneas de producción de Apivita.
- Optimización del sistema de climatización y ventilación en la sede de Barcelona, en Champs-Élysées, en Av. Montaigne (París), en las plantas de Chartres y Vacarisses, y en las oficinas de Dries Van Noten.

Energía renovable

La reducción se asume, también, como la transición a un consumo de energía más limpia, tanto sea verde como autoconsumo. A cierre de 2023, un 59% del total de la energía consumida, y concretamente un 82% de la electricidad, provino de fuentes renovables.

En 2023 se han continuado expandiendo las opciones de autoconsumo, con una clara preferencia por la energía fotovoltaica, con actuaciones en varios de los centros:



⁷⁰ Detalle en Anexo 2.

- Instalación de 980 kWh de energía solar en la planta de Vacarisses (en funcionamiento a inicios de 2024).
- Aprobación de la instalación de paneles solares en 2024 en la planta de Chartres, que supondrá un 20% del consumo total de electricidad de la fábrica.
- Finalización de la instalación de 73 kWh de paneles solares en Apivita.
- Instalación de placas solares en Kama Ayurveda, que en 2023 han asumido un 10% del consumo total de electricidad.

Puig calcula el alcance 2 de la huella de carbono tanto por el método *location-based* como *market-based* para analizar el impacto del consumo de energía renovable⁷⁰.

Agua

En 2023 **Puig** ha acelerado diferentes acciones para optimizar su consumo:

- Grifería por sensor: instalación en 2023 en las oficinas de Washington Plaza (París), algunas zonas de François 1er/Av. Montaigne (París), planta de Alcalá de Henares y Apivita.
- Sistema de captación del agua de lluvia en Kama Ayurveda para ser reutilizada en otros usos en la fábrica.
- Monitorización del sistema de agua de las plantas de Alcalá de Henares y Vacarisses para evitar fugas.
- Cambio en el sistema de riego por uno de goteo y tecnología para optimizar la presión en el jardín de Kama Ayurveda.
- En todas las instalaciones, **Puig** utiliza agua de red y dispone de diferentes sistemas de tratamiento y reutilización del agua dependiendo del centro.

En 2021 **Puig** inició un proyecto en la planta de Vacarisses para reutilizar el 100% de las aguas residuales industriales en un circuito cerrado y aprovecharlas en otros procesos de mantenimiento y climatización, incorporando un tratamiento terciario.

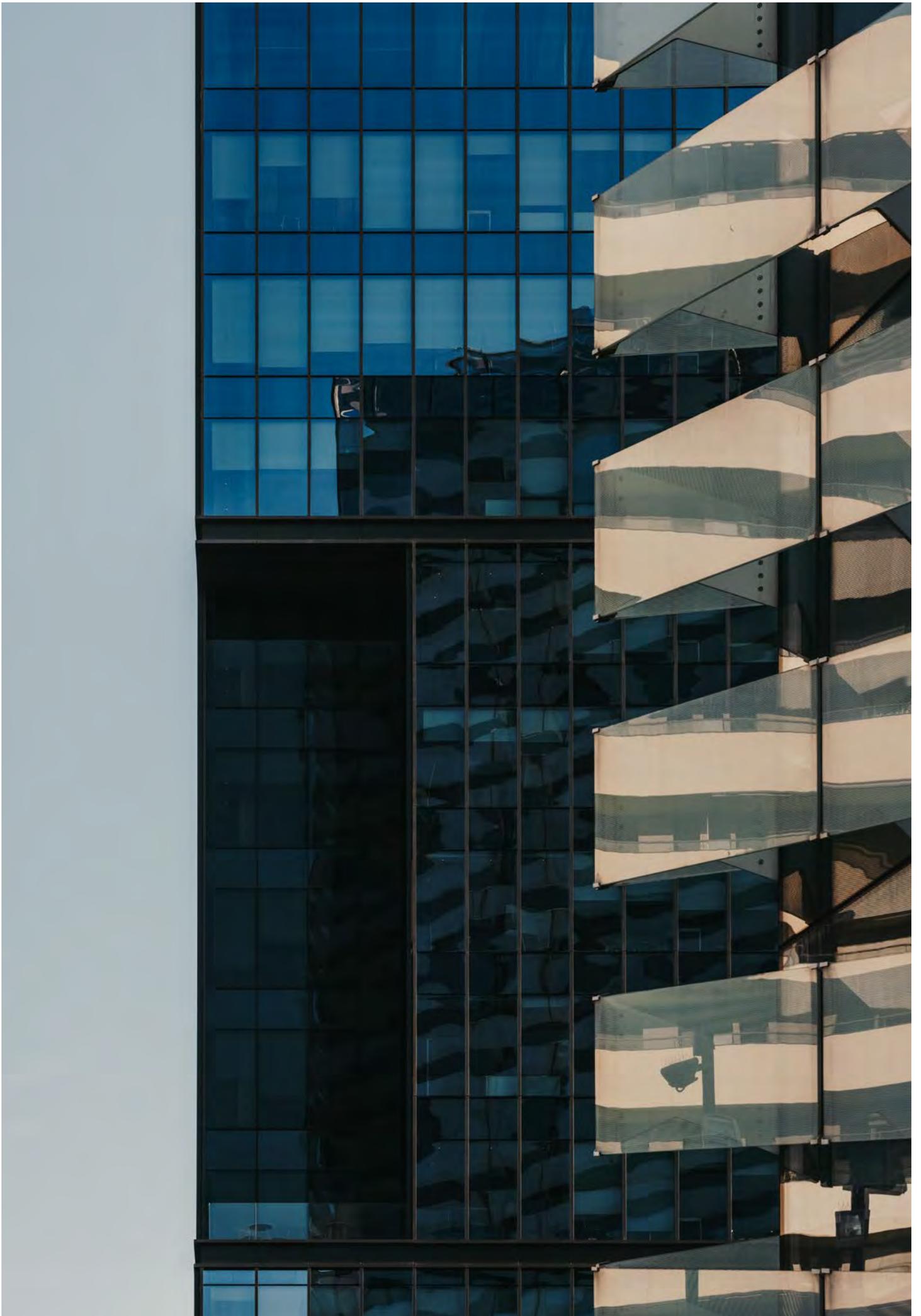
Este proyecto, alineado con uno de los objetivos de la Agenda ESG 2030 de **Puig**, se denomina Dry Factory. En 2022 se seleccionó al proveedor para el piloto y en 2023 se ha avanzado realizando una prueba industrial para verificar las tecnologías ofertadas, se ha firmado el contrato con el proveedor y se ha iniciado la elaboración del proyecto ejecutivo.

Instalaciones y procesos eficientes

Puig implementa acciones de manera regular para que sus instalaciones sean más eficientes:

- Impermeabilización de la cubierta de la planta de Alcalá de Henares (sistema de techo frío) para optimizar la eficiencia del edificio.
- Desestratificadores de aire para mejorar la sensación térmica en la planta de Alcalá de Henares.
- Renovación del tejado verde y el jardín de las abejas proporcionando zonas adicionales de sombra y aislamiento en Apivita.
- Auditorías energéticas en la sede de Barcelona, Uriage y en Champs-Élysées, a partir de las que se han definido acciones de reducción y mejora de la eficiencia.
- Aislamiento en los puntos que no lo tenían en el sistema de vapor de la fábrica de Apivita.
- Búsqueda de un nuevo proveedor de mantenimiento priorizando aspectos respetuosos con el medio ambiente en los dos centros de fragancias de París.
- Construcción del espacio de cantina, comedor, gimnasio y zona de descanso con materiales de bajo impacto, como techos con tejas de barro, ladrillos hechos de materiales reciclados, paredes de bambú y suelos de baldosas Athangudi artesanales en Kama Ayurveda.
- Certificación ISO 22716:2008 de buenas prácticas de fabricación de la industria cosmética de las instalaciones de Apivita.

Puig dispone de un seguro de responsabilidad civil que incluye una cláusula específica en materia de medioambiente.



El nuevo espacio corporativo en Barcelona, la Torre **Puig**-T2

En 2023 **Puig** ha ampliado su sede corporativa en Barcelona con la apertura de un segundo edificio junto al actual. Se trata de un edificio de 20 plantas que ha priorizado la eficiencia y un bajo impacto ambiental en su construcción, por lo que ha recibido la certificación LEED Gold.

Las principales características a destacar son:

- Uso intensivo de tecnologías de bajo consumo.
- Espacios de oficinas más amplios y con una mayor flexibilidad en la distribución.
- Etiqueta de eficiencia energética: calificación A.
- Filtros de aire de alta eficiencia de última generación, eliminando el 90% de contaminantes.
- Gestión BMS.
- Luz natural y vistas panorámicas en todas las plantas.
- Ventilación con renovación de aire en continuo.
- Sistema de filtrado de aire de última generación con filtros de alta eficiencia, purificando contra bacterias, virus y micropartículas.
- Medidas de minimización de los consumos y emisiones de CO₂.

Otros datos de interés:

- 100% de la madera empleada está certificada de gestión responsable.
- 70% de los materiales utilizados son reciclables, se les puede dar un segundo uso.
- 99,6% de los residuos valorizados.
- Entre los top 15 edificios en España con mejor rendimiento energético.



⁷¹ BREEAM En Uso es una metodología clara para impulsar la mejora continua de activos existentes con relación a su comportamiento operacional y medioambiental, la salud y el bienestar de los ocupantes, la resiliencia a la transición climática, el valor social, la economía circular y la descarbonización.

⁷² Leadership in Energy and Environmental Design es una certificación creada por el E.S. Green Building Council. Es el sistema de clasificación de edificios ecológicos más utilizado en el mundo.

⁷³ El Energy Star es un programa administrado por la Agencia de Protección Ambiental de los EE. UU. (EPA) y el Departamento de Energía de los EE. UU. (DOE) para promover la eficiencia energética.

⁷⁴ La calificación NABERS Energy for Offices es un sistema de calificación australiano que mide el rendimiento de los edificios en una escala de cero a seis estrellas. Una calificación de cero estrellas significa que el edificio está funcionando muy por debajo del promedio y tiene muchas posibilidades de mejora.

⁷⁵ Indian Green Building Council: sistema de certificación de diferentes tipos de edificaciones con criterios sostenibles.

Certificaciones de los edificios en los que Puig tiene actividadrendimiento energético.

BREEAM En Uso ⁷¹	<ul style="list-style-type: none">• Apivita: puntuación 75,3%, primera fábrica bioclimática en Grecia• Edificio en Washington Plaza (París)• Oficinas en Lisboa de Apivita y Uriage• Oficinas en Madrid de Apivita y Uriage
BREEAM En Construcción	<ul style="list-style-type: none">• Uriage: oficinas de Neuilly-Sur-Seine
LEED Gold ⁷²	<ul style="list-style-type: none">• Torre Puig-T1 y Torre Puig-T2, sedes de Barcelona• Oficina de Puig en Argentina (Buenos Aires)• Oficina de Puig en China (Shanghái)• Oficina de Puig en Miami
Energy Star Rating ⁷³	<ul style="list-style-type: none">• Oficina de Puig en Miami (puntuación 91)
NABERS Energy Rating ⁷⁴	<ul style="list-style-type: none">• Oficina de Puig en Sídney (puntuación 5.0 Star)
IGBC Green Factory Buildings ⁷⁵	<ul style="list-style-type: none">• Kama Ayurveda: certificación Platino (Global Leadership) para la fábrica

Transporte

El transporte de materias y productos acabados representa un volumen importante de emisiones en Puig, al igual que en la mayoría de las empresas industriales. Las acciones más relevantes de 2023 se han centrado en la optimización de cargas, rutas y modalidades:

- Minimización del transporte aéreo en Charlotte Tilbury, priorizando el marítimo, lo que ha resultado en una disminución de las emisiones asociadas a pesar de haber movido un mayor número de unidades.
- Ampliación de las combinaciones multimodales adoptadas en 2022 en la distribución a los clientes de Puig.
- Transporte marítimo de mercancías con biocombustible para los trayectos entre el puerto de Barcelona y de Nueva York, para la filial de Puig en EE. UU. Esto ha permitido reducir las emisiones en esta ruta un 68%.
- Implantación de un sistema duo tráiler en la planta de Alcalá de Henares, para reducir el número de movimientos entre el centro y el almacén de Castellar del Vallés. Esta acción ha supuesto una reducción del 83% del tráfico.
- Acuerdo para la utilización de vehículos eléctricos o bicicletas con el proveedor de mensajería en Rabanne moda.
- Utilización de vehículos de gas natural y eléctricos en los transportes internos de materias primas y productos semielaborados entre las dos instalaciones de Uriage.

Además, la optimización del transporte también se beneficia de acciones en otros pilares de la Agenda ESG 2030 de Puig, como la progresiva extensión de los paquetes planos en las marcas de moda, la carga completa de palés, la reducción del tamaño del *packaging* y los envases con formas más eficientes.

Naturaleza y biodiversidad

Puig tiene el compromiso de contribuir al objetivo global *nature positive*. En consecuencia, en 2023 se concretaron acciones internas en los siguientes ejes:

- Asegurar la trazabilidad y certificación de las materias primas y materiales, garantizando la preservación de los ecosistemas y priorizando prácticas de agricultura regenerativa.
- Promover la deforestación cero en la cadena de suministro de las materias primas clave.
- Eliminar el uso de especies invasoras en cualquiera de sus ubicaciones.
- Colaborar con proyectos de conservación o recuperación de ecosistemas.
- Desarrollar proyectos internos de recuperación y regeneración de los ecosistemas a lo largo de toda la cadena de suministro

Además, hemos dado un paso adelante importante con la aprobación de tres políticas relevantes en el ámbito de la naturaleza, de gran valor para la consecución del objetivo *net zero*:

- Política de Agua: el agua es un componente vital de las operaciones y los productos de **Puig**, por lo que este documento tiene el objetivo de integrar la gestión sostenible de los recursos hídricos y contribuir al ODS 6.
- Política Forestal: la relación de **Puig** con los bosques se materializa en el consumo de determinadas materias primas forestales, principalmente madera, papel y aceite de palma. Además, son vitales para mitigar el cambio climático. Por tanto, esta política establece las líneas para el consumo en **Puig** de materias primas de origen forestal y contribuir al ODS 15.
- Política de Residuos: tiene como objetivo reducir la generación de residuos en nuestra actividad y lograr su plena valorización, promover la circularidad en toda la cadena de valor, mejorar la gestión y contribuir al ODS 12.

En 2023 se han implementado varias acciones, algunas de las cuales ya se han mencionado en apartados anteriores, como por ejemplo, la trazabilidad.

- Kama Ayurveda ha creado un cinturón verde alrededor de su fábrica, que ha incluido la plantación de más de 1.000 árboles y plantas. De este modo se contribuye a disminuir las emisiones de CO₂ y a mejorar la calidad del aire.
- Inversión a nivel corporativo en créditos de carbono para acelerar la acción climática a través de dos proyectos, uno en Brasil y otro en Colombia.



Proyecto Unitor REDD+

Proyecto creado por 15 propiedades vecinas, que suman 99.035,20 hectáreas de superficie forestal en Lábrea (Estado de Amazonas, Brasil).

Objetivo: evitar la deforestación de 25.329 hectáreas de selva amazónica en 30 años en terrenos privados, conservando Áreas de Preservación Permanente y Reservas Legales.

Beneficios:

- Monitorización de actividades ilegales.
- Creación de 48 puestos de trabajo por año.
- Seguimiento de la equidad de género.
- Capacitación en ganadería sostenible y manejo forestal.
- Talleres de salud, bienestar y nutrición a los empleados y a la comunidad.

Estándar de verificación: VCS.

Proyecto Vichada Colombia ARR

Proyecto que combina acciones de forestación, reforestación, protección de la biodiversidad y regeneración del ecosistema.

Objetivo: transformación de la sabana degradada en un territorio rico para la producción de maderas duras y carbón.

Beneficios:

- Captura y almacenamiento de CO₂.
- Desarrollo socioeconómico de las comunidades locales con la creación de empleo y con formación (ej. gestión forestal).
- Incremento de los recursos económicos a partir de los ingresos del carbón.
- Formación en emprendeduría para mujeres.
- Igualdad de oportunidades de empleo en el proyecto.

Estándar de verificación: VCS y CCB.

- Loto del Sur colabora activamente con la organización Saving the Amazonas en una campaña para salvar la palma de cera, un árbol autóctono en vías de desaparición. Se ha creado una *totebag* edición especial de la marca. Por cada compra, se planta una semilla en la región del Saladito, Valle del Cauca (Colombia). A finales de 2023 la marca ha completado un bosque de 1.500 palmas.
- Charlotte Tilbury asegura su compromiso como marca *cruelty-free* con la certificación Leaping Bunny, que renovó con éxito en 2023.

- Apivita ha creado el programa Billion Bees en colaboración con la organización 1% for the Planet, enfocado en la regeneración de las poblaciones de abejas, imprescindibles para preservar la biodiversidad de la flora, reducir el cambio climático, mantener el modo de vida de las comunidades rurales de apicultores y favorecer la calidad y la cantidad de la agricultura. En 2023 se ha extendido esta colaboración a España y Bélgica.
- Apivita es socio activo del programa europeo para garantizar la bioconservación de especies vegetales raras o en riesgo, en colaboración con la Universidad de Agricultura de Belgrado (Serbia), la Universidad de Florencia (Italia) y la Universidad do Minho (Portugal).
- Uriage ha mantenido su colaboración con la organización 1% for the Planet en proyectos de regeneración de la biodiversidad de los Alpes. Algunas de estas colaboraciones fueron el patrocinio de actividades pedagógicas con niños y el lanzamiento de un proyecto de preservación de su fuente de agua termal con una entidad científica francesa.
- Adolfo Domínguez se ha comprometido a colaborar con la organización Reforest'Action. Entre 2022 y 2023 se han plantado 14.183 árboles en España y México.
- Las fragancias de United Colors of Benetton han colaborado en un proyecto conjunto de CoClima y Eco-Flora en acciones de reforestación en Brasil.

La planta de Vacarisses está situada junto a una riera protegida. En 2006 se presentó el primer plan gradual de reducción de consumo y vertidos al Ayuntamiento de la localidad. Desde entonces, **Puig** ha trabajado de forma continua en diferentes planes de minimización. El proyecto de Dry Factory, explicado en detalle en la sección Agua, es una de las últimas iniciativas puestas en marcha dentro de estos planes de reducción.



Aspectos relacionados con la sociedad

Movilidad sostenible

En **Puig** se fomenta una transición hacia una movilidad más respetuosa con el planeta:

- Impulso del uso de vehículos más respetuosos con el medio ambiente:
 - Aceleración de la flota de vehículos híbridos y eléctricos en todas las unidades, asegurando que todas las nuevas adquisiciones cumplen con esta característica. 100% de la flota en Apivita.
 - Incremento de los puntos de recarga eléctrica para vehículos a disposición de los profesionales de **Puig**. Disponen de estaciones de recarga un 22% de las plazas de aparcamiento de la sede de Barcelona, el 100% en Apivita, el 24% en las oficinas de Uriage (París) y un 10% de las de Kama Ayurveda.
 - Instalación de puntos de recarga para bicicletas y patinetes en la sede de Barcelona.
- Acciones para implementar soluciones de transporte colectivo: dos buses corporativos en Apivita y bus corporativo en Neuilly-Sur-Seine a las estaciones de metro más cercanas.
- Otras acciones para promover alternativas al coche privado: acuerdo con un proveedor de alquiler de bicicletas en Uriage y Dries Van Noten, o ayudas económicas a los empleados por el uso de transporte ecológico en Apivita, Uriage y Rabanne moda.
- Opción de trabajo en remoto dos días por semana en todas las unidades, siempre que la posición lo permita, medida que contribuye a la reducción de las emisiones de los profesionales.



Implicando a los profesionales

Puig tiene la voluntad de dejar un mundo mejor para las generaciones futuras y, en consecuencia, toda la organización trabaja de forma integrada con el objetivo de asegurar que el negocio continúe creciendo de la manera más responsable y sostenible alineado con los valores, prioridades y principios compartidos expresados en el Código Ético.

Acciones realizadas en 2023 dirigidas a los profesionales de **Puig**:

- Primer año en el que se ha vinculado la retribución de los líderes de **Puig** a su Agenda ESG 2030, tanto en el LTIP como en el bonus anual.
- Puesta en marcha de la ESG Library, un espacio digital interno accesible para los profesionales de **Puig** con la información más relevante de la organización en aspectos de sostenibilidad.
- Fijación de objetivos ESG para el 100% de los profesionales de Apivita.
- Despliegue del primer módulo de la formación ESG a Charlotte Tilbury y Uriage, como continuidad a la acción llevada a cabo en 28 países en 2022. El lanzamiento del segundo módulo se realizará en 2024.
- Octava edición del programa Makers, en el que los equipos de **Puig** seleccionaron seis organizaciones de carácter social y medioambiental con las cuales se está realizando un trabajo de co-creación.
- Creación del Employee Resource Group en la región de EMEA, con el objetivo de que los profesionales del área incorporen criterios de sostenibilidad dentro y fuera del trabajo. Los miembros son voluntarios que trabajarán con sus responsables en la definición de iniciativas centradas en criterios ESG, con la supervisión del Steering Committee creado *ad-hoc* y el apoyo de las funciones corporativas.
- Incorporación de contenido ESG a todas las presentaciones corporativas internas.
- Presentación de la Agenda ESG 2030 de **Puig** a los principales clientes, para alinearlos con los objetivos y conseguir su compromiso.
- Formación específica en la Agenda ESG 2030 de **Puig** y aspectos de sostenibilidad a 60 profesionales de punto de venta que participaron en la **Puig Academy 2023**, una iniciativa en colaboración con las cinco principales universidades de Latinoamérica.
- Celebración del mes de las Abejas en Apivita con talleres destinados a concienciar a los equipos sobre la importancia de la preservación de estos animales.

- Campaña de limpieza de los ecosistemas marinos del mediterráneo en Apivita, en colaboración con Aegean Rebreath, miembro de la organización 1% for the Planet.
- Celebración de la Semana Mundial de la Sostenibilidad en Apivita y Uriage, con retos diarios relacionados con los ODS.
- Evolución del Banco de Ideas en Apivita a Banco de Ideas Sostenibles, en el que los equipos proponen relacionadas con la sostenibilidad. Creación de un buzón de ideas en Uriage.

Certificaciones y premios en 2023

⁷⁶ Organización internacional sin ánimo de lucro que administra el sistema global de divulgación medioambiental para inversores, empresas, ciudades, estados y regiones para gestionar sus impactos medioambientales.

⁷⁷ Los Sustainable Beauty Awards reconocen a las empresas que buscan ampliar los límites de la sostenibilidad en la industria de la belleza.

⁷⁸ Associated Chambers of Commerce & Industry of India.

En 2023 Kama Ayurveda consiguió la prestigiosa certificación Positive Luxury, conocida como la marca de la mariposa. Esta certificación solo se concede a las marcas de lujo que cumplen con unos estrictos estándares sociales y medioambientales.

Se certifican todas las áreas ESG, incluyendo el impacto en el clima, la naturaleza y el agua, la gestión de los profesionales, el impacto en la comunidad y la gestión ética del negocio.

Certificación	Unidad	Logro
CDP ⁷⁶	Puig	Certificación en Climate (A), Water (A-) y Forest: papel (B) y aceite de palma (B).
EcoVadis	Puig	Medalla Oro con una puntuación de 70/100.
Sustainalytics	Puig	Riesgo Medio con una puntuación de 20,7/200.
Positive Luxury	Kama Ayurveda	Consecución de la certificación, con una puntuación de 80/100.
Sustainable Beauty Awards 2023 ⁷⁷	Apivita	Runner-up (Silver) Award en la categoría de Nuevos Productos Sostenibles con la nueva gama anti-edad BEEVINE ELIXIR.
BW Supply Chain Competitiveness Awards 2023	Kama Ayurveda	Sustainable Supply Chain Leadership Award.
BW Supply Chain Competitiveness Awards 2023	Kama Ayurveda	Outstanding Customer-Centric Supply Chain Award.
Assocham Awards ⁷⁸	Kama Ayurveda	Ganador en la categoría "Best Green Initiatives".
2 nd Sustainability Conclave and Awards 2023	Kama Ayurveda	Ganador en la categoría "Best Overall Sustainable Performance In Health & Wellness".

En 2017 Apivita se convirtió en la primera empresa griega en recibir la certificación B Corp, y en 2022 logró una puntuación máxima de 117,2 puntos.



Social

Las personas en Puig

El activo más valioso que tiene **Puig** son las personas. El año 2023 estuvo marcado por la revisión y el lanzamiento de una nueva versión del Código Ético, que establece el marco de referencia para el comportamiento que se espera de todas las personas que trabajan en **Puig** y también de todas aquellas que se relacionan con **Puig**.

Asimismo, en 2023 **Puig** ha dado un paso adelante en la integración de sus equipos en Workplace, su principal canal de comunicación interna, incorporando a los empleados de las unidades de negocio de Dries Van Noten, Byredo, Loto del Sur y Uriage. En 2024 está prevista la integración de los equipos de Kama Ayurveda y Apivita, logrando así que Workplace sea el canal clave para la gestión de una comunicación interna global y eficaz en la compañía.

El éxito de **Puig** como empresa reside en el talento de las personas que trabajan en ella. A medida que la compañía afronta nuevos retos, se hace necesario capturar lo que está sucediendo en el mundo y aportar perspectivas novedosas y diversas.

Por eso, la versión actualizada del Código Ético, lanzado en 2023, reafirma la determinación de **Puig** de convertirse en un referente del cambio sostenible, priorizando la sostenibilidad medioambiental y la conciencia y el respeto por la diversidad.

Los compromisos del Código Ético relativos a las personas se centran en:

- Respeto y defensa de los Derechos Humanos universales y la integridad de las personas.
- Talento diverso: los procesos de gestión del talento son transparentes e imparciales y están exentos de toda discriminación.
- Inclusión e igualdad: las personas trabajadoras de **Puig** tienen acceso a las ofertas de vacantes internas en condiciones de igualdad. Las decisiones relativas a las promociones internas se adoptan de forma imparcial y objetiva, en atención al desempeño y el potencial de las personas candidatas.
- Condiciones de trabajo: **Puig** promueve un entorno laboral en el que todas las personas reciben un trato respetuoso y digno, sin tolerar actuaciones que pretendan dañar, intimidar o humillar.

Puig es consciente de la importancia crucial de atraer, desarrollar y fidelizar a los colaboradores con talento y que el entorno de trabajo de **Puig** esté marcado por una cultura respetuosa con los Derechos Humanos, inclusiva y no discriminatoria, así como la necesidad de adaptarse a un mundo cambiante.

En esta línea, en 2023 se han producido una serie de hitos:

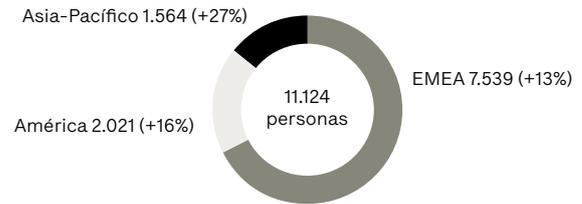
- Adopción de medidas que refuerzan el compromiso de **Puig** con los Derechos Humanos y con la inclusión y no discriminación, como la aprobación de la Política de Derechos Humanos.
- Actualización del Protocolo de Prevención del Acoso en las unidades de España y seguimiento de las medidas en el marco del Plan de Igualdad en España.
- Lanzamiento del programa de formación en liderazgo (LIT) para facilitar a los líderes de la organización las habilidades necesarias para conducir el cambio transformador que plantea el plan estratégico de **Puig**.
- Apertura de un *hub* regional en Miami (EE. UU.), lo que permite consolidar la presencia de **Puig** en el mercado latinoamericano y aprovechar el crecimiento del negocio de Travel Retail. La sede de Miami permite beneficiarse del talento local para elevar las marcas Prestige líderes en la región e impulsar una cuidada expansión del *portfolio* Niche. Este emplazamiento incrementa el atractivo de **Puig** para captar el talento necesario.
- Crecimiento de número de filiales y de la estructura organizativa, con mayor presencia internacional fuera de Europa, especialmente en América y Asia y con la apertura de las filiales de Japón y Corea del Sur.
- Expansión de la sede corporativa de Barcelona con la apertura de un segundo edificio, que representa la apuesta de **Puig** por seguir creciendo y refleja su propósito y valores, así como el compromiso de seguir ofreciendo la mejor experiencia en **Puig**.



Datos sobre las personas en Puig⁷⁹

⁷⁹ Los % entre paréntesis corresponden a la variación respecto a 2022. Relación completa de indicadores en Anexo 3.

Profesionales por áreas geográficas



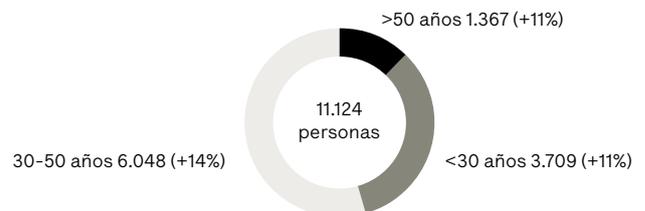
Distribución por tipo de contrato



Distribución por género



Distribución por tramo de edad



Organización del tiempo de trabajo y medidas de conciliación

Cada centro de trabajo en **Puig** adapta el horario a las obligaciones legales y, en su caso, convencionales, a las características del negocio.

Asimismo, **Puig** tiene establecida una serie de medidas a nivel de organización del tiempo de trabajo que suponen una oportunidad de conciliación y flexibilización para las personas trabajadoras.

Estas medidas son:

- Flexibilidad horaria: implementación progresiva de la flexibilidad de entrada y salida de oficinas, que cada unidad adapta a su entorno. Tienen implementadas estas medidas: España, China, Australia, Singapur, Taiwán, Japón, India, Hong Kong, Grecia, Bélgica, Portugal, Reino Unido, Italia, Arabia Saudí, Alemania, Austria, Suiza, Rusia, México, Argentina y Chile.

- Sistema híbrido: implantación del teletrabajo consistente en dos días de teletrabajo y tres días presenciales a la semana para aquellos puestos que lo permitan en la mayoría de los centros de trabajo de los distintos países donde opera **Puig**.

Puig facilita el acceso a mecanismos de conciliación a todas las personas trabajadoras en función de la legislación vigente aplicable y del puesto de trabajo, y siempre que sea posible, se ponen en marcha medidas adicionales, tales como el teletrabajo y la flexibilidad de entrada y salida.

Asimismo, **Puig** dispone de una política global de desconexión digital en la que se apuesta por un uso adecuado de las nuevas tecnologías y elementos informáticos en el marco de la relación laboral y establece que las personas trabajadoras tienen derecho a no responder a ninguna comunicación profesional, una vez concluida su jornada de trabajo, salvo que concurren circunstancias excepcionales y urgentes que precisen de una respuesta inmediata. Asimismo, esta política recoge un conjunto de buenas prácticas para propiciar la desconexión digital.

Nuevos espacios corporativos para una mejor experiencia de trabajo

Puig ha rediseñado sus espacios de trabajo con el objetivo de seguir mejorando la experiencia de sus empleados en su actual modelo híbrido de trabajo. Las nuevas oficinas de Barcelona, París y Miami (y las de Londres y Nueva York para 2024), están diseñadas teniendo en cuenta tres ejes:

- Lograr espacios físicos más versátiles, dinámicos y colaborativos que permiten maximizar la experiencia de trabajo en un ambiente agradable y sostenible.
- Potenciar una nueva cultura de trabajo, aumentando la eficiencia de los equipos y mejorando la comunicación entre ellos.
- Digitalizar de forma continua el trabajo de las personas de **Puig**, adoptando los *softwares* y las herramientas que simplifican la vida laboral diaria.

El objetivo de este nuevo concepto de oficina es que las instalaciones de **Puig** se conviertan en un destino de colaboración, creatividad e innovación y un reflejo de los valores y la cultura de la empresa.



Formación

Puig tiene un claro compromiso con el desarrollo profesional de las personas trabajadoras y lo demuestra por la variedad de las acciones destinadas a impulsar la formación de éstas.

Existen diferentes programas activos de desarrollo en la organización, que van desde los corporativos globales, a los enfocados a colectivos concretos.

Leadership in Transformation (LIT)

Leadership in Transformation (LIT) es un programa de formación que tiene como objetivo equipar a los líderes de la organización con las habilidades necesarias para conducir el cambio transformador que plantea el plan estratégico a tres años.

Está diseñado a medida y basado en el modelo de liderazgo co-creado con una consultora líder en *coaching* y liderazgo a nivel global, y pivota sobre tres grandes ejes: Escucha, Inspiración, Confianza (Listen, Inspire, Trust).

El despliegue de las formaciones se lleva a cabo en diferentes grupos de acuerdo a la categoría de los líderes: Comité Ejecutivo, *top management* y gerencias claves.

La duración total del programa es de siete meses y la arquitectura del mismo incluye sesiones de *coaching* individuales, instancias de co-desarrollo grupal, sesiones de trabajo grupal y un seminario presencial de tres o tres días y medio de duración según la categoría.

LIT se lanzó en septiembre de 2023 y ha contado con una participación de 82 líderes. En el 2024 el programa continuará su desarrollo con el *top management* y gerencias claves, comprendiendo más de 500 líderes a nivel global que realizarán formaciones en diferentes partes del mundo: Europa, Asia, Latinoamérica y EE. UU.

Programas de talento

Tienen como objetivo identificar y desarrollar profesionales de alto potencial en todos los niveles de la organización.

- **Janus**

Janus es el programa clave para el desarrollo de talento en **Puig**. Con una duración de dos años, su objetivo es la identificación y preparación de personas con potencial para asumir futuros roles de liderazgo en la organización.

La tercera edición, inspirada por el lema de D. Mariano Puig “Aim High”, se lanzó en 2021 con la colaboración de la escuela de negocios IESE. Se desarrolló en torno a módulos presenciales en Lausana (con la escuela

de negocios IMD), y en París, Amberes y Seúl (con la escuela de negocios Insead), donde el programa concluyó en 2023.

A lo largo del programa, sus 43 graduados han tenido la oportunidad de aprender sobre los valores que han impulsado el crecimiento del negocio de la mano de sus altos directivos, y experimentar en persona el *métier*, la cultura, y el espíritu emprendedor de **Puig**.

- Talent Program

El objetivo del Talent Program estriba en identificar el talento interno y prepararlo para asumir roles futuros de mayor responsabilidad. En 2022 se lanzó la cuarta edición del Talent Program, bajo el lema “Are you future ready?”, que finalizó este año 2023 con la participación de 55 personas. La quinta edición del Talent Program se lanza a principios del 2024.

- Graduate Program

Permite incorporar talento externo que no cuenta con una experiencia profesional dilatada y que constituye un semillero de talento diverso y de alto potencial para el futuro.

En 2023 se han llevado a cabo dos iniciativas relevantes para continuar enriqueciendo la experiencia de los participantes y aportar valor a su paso por la compañía: sesiones con facilitadores externos enfocadas al desarrollo personal y profesional abordando cuestiones como el autoconocimiento, *personal branding* y planificación de carrera, y sesiones con ponentes internos para conocer **Puig** en mayor profundidad.

Programas para colectivos específicos

- Formación para Brand Ambassadors

La formación ha sido clave para llevar a cabo la transformación del rol de Beauty Advisor al de Brand Ambassador sobre la base de un amplio rango de acciones formativas. En 2023, más de 1.000 Brand Ambassadors han tenido acceso a la App Brand Experience, donde se han impartido cursos de formación en materia de *soft skills*, sostenibilidad y *consumer insights*.

- Interview skills

En el año 2023, se ha continuado con la expansión de la formación Interview skills para responsables que se encargan de la contratación de personas trabajadoras. Se trata de un programa mixto con módulos *online* y presenciales diseñado para dotar de los conocimientos esenciales para contratar a los mejores talentos de manera justa y no discriminatoria.



⁸⁰ El perímetro de 2022 fue Apivita, Kama Ayurveda, Loto del Sur y Uriage. En 2023 se hizo un esfuerzo en la mejora de los sistemas de recopilación de información, incluyendo datos de todas las unidades de negocio de Puig.

Horas de formación por categoría profesional ⁸⁰

	Mujeres		Hombres		No declarado / No binario	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Top Executives	50	1.398	84	1.457	—	8
Marketing y ventas	4.630	16.870	763	5.222	—	197
Brand Ambassadors	10.443	76.144	1.433	19.979	—	1.742
Profesionales técnicos	3.319	15.939	1.711	7.760	—	154
Profesionales administrativos	506	592	246	144	—	11
Producción	1.462	5.426	1.550	5.401	—	—

Salud y seguridad

Con el objetivo de ofrecer siempre un entorno de trabajo en óptimas condiciones, **Puig** planifica mejoras de forma continuada y va más allá de las obligaciones legales para que sus centros de trabajo cumplan con diferentes estándares internacionales.

En todas las unidades se mantiene un constante seguimiento y apoyo a todos los equipos para que la seguridad de todas las personas sea una prioridad y llegue más allá de lo estrictamente normativo mediante formación continua, vigilancia de la salud de forma anual y organización de campañas de vacunación voluntaria, adecuación de los puestos de trabajo para lograr un mayor confort y seguimiento periódico de las condiciones ambientales y de seguridad en las oficinas y plantas de producción.

En 2023, en los centros de Alcalá de Henares y Vacarisses y en el nuevo edificio de oficinas en Barcelona, todos en España, se ha trabajado para implantar todas las medidas preventivas necesarias que permiten mantener el elevado nivel de seguridad y confort en todos los puestos de trabajo, en fábricas y en oficinas.

Al mismo tiempo se ha continuado reevaluando los aspectos psicosociales asociados al trabajo, en este caso, del personal ubicado en la sede central de Barcelona.

Las oficinas de Champs-Élysées, París, han logrado la certificación ISO 45001 (de gestión de la seguridad y salud ocupacional). Por otro lado, al igual que en España, la apertura de las nuevas oficinas en París ha conllevado la puesta en marcha de todas las medidas de seguridad y salud necesarias. Además, en el marco de la Semana de la Calidad de Vida en el Trabajo se han llevado a cabo varias iniciativas al respecto, como

podcasts para la gestión del estrés a disposición de los colaboradores, apoyo telefónico psicológico o formación de Primeros Auxilios en Salud Mental.

De forma mensual se monitorizan los indicadores relacionados con la salud y seguridad en el trabajo a través de sistemas de vigilancia continua, con equipos humanos y herramientas de gestión específicas, y de forma proactiva se implementan acciones preventivas.

La Declaración de la OIT⁸¹ relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo reconoce como derechos fundamentales, entre otros, el derecho a la libertad de asociación y a la negociación. Estos derechos, junto a la promoción del diálogo social, son principios básicos para el fomento de la participación de las personas trabajadoras.

Puig garantiza el diálogo social a través de la representación legal de las personas trabajadoras, con reuniones periódicas, y mediante las propias personas trabajadoras en aquellos lugares en los que no existe tal representación.

Asimismo, esta garantía se ve reflejada en la Política de Derechos Humanos aprobada en el año 2023.

En relación al porcentaje de personas trabajadoras cubiertas por convenio colectivo por país:

España	100%	de la plantilla
Francia	100%	de la plantilla
Austria	100%	de la plantilla
Argentina	100%	de la categoría profesional Brand Ambassadors y perfiles comerciales
Bélgica	100%	de la plantilla
Brasil	100%	de la plantilla
Perú	100%	de la plantilla
Portugal	100%	de la plantilla
Japón	90%	de la plantilla. Se exceptúan posiciones directivas

En el resto de los países no hay convenios colectivos de aplicación y, por tanto, el diálogo social se rige por las legislaciones vigentes en cada uno.

Relaciones y diálogo social

⁸¹ International Labour Organization, por sus siglas en inglés.



Igualdad, diversidad e inclusión

La actualización del Código Ético y la aprobación de la Política de Derechos Humanos en 2023 ponen de relieve la necesidad de respetar y defender los Derechos Humanos universales y la integridad de las personas, teniendo en cuenta el valor añadido que puede aportar la diversidad.

Puig promueve activamente la igualdad de trato y oportunidades y dispone de mecanismos para evitar situaciones de discriminación. En este sentido, **Puig** ha lanzado este año 2023 un nuevo canal de denuncias que permite informar de cualquier conducta que pueda ser contraria a la ética o cualquier incumplimiento de la legislación o normativa interna de **Puig**.

En España, el Plan de Igualdad de **Puig** recoge las medidas relativas a diferentes ámbitos de las relaciones laborales, entre otros, la selección, promoción, formación, salud laboral, retribución y conciliación de la vida familiar y laboral.

En el año 2023 se llevaron a cabo las medidas de actuación incluidas en el Plan de Igualdad, con reuniones periódicas de la comisión de seguimiento del plan para asegurar su cumplimiento y efectividad. Igualmente, existe un protocolo para la prevención y actuación frente al acoso sexual, acoso por razón de sexo y/o acoso moral en España, que se actualizó en el año 2023.

Asimismo, Reino Unido, Francia, EE. UU., Canadá, China, Australia y Hong Kong tienen desarrollados documentos en materia de prevención del acoso y/o discriminación que complementan el contenido del Código Ético. En concreto, la unidad de negocio de maquillaje dispone de una política de diversidad e inclusión y una política de igualdad de oportunidades.

También se organizan formaciones en materia de diversidad, inclusión y no discriminación, y en 2023 se han llevado a cabo formaciones en materia de lenguaje inclusivo en el departamento de Recursos Humanos a través de proveedores de reconocido prestigio.

Del mismo modo, también se han realizado campañas de concienciación en este ámbito en EE. UU., Argentina y Brasil.

Puig garantiza la accesibilidad universal de las personas con discapacidad en todas sus filiales y en todas sus unidades de negocio, mediante la supresión de las barreras físicas y la adaptación de los puestos de trabajo.

La objetividad en los procesos de fijación de la retribución es uno de los principios de **Puig**, que implementa utilizando herramientas de información proporcionadas por consultores externos y que

sirven a la Comisión Talent, formada en su mayoría por miembros independientes del Consejo de Administración, para definir las líneas generales de los criterios marcados en relación con las remuneraciones en **Puig**.

Las personas trabajadoras de **Puig** disfrutan de las bajas de maternidad y paternidad previstas legalmente, sin discriminación alguna, y garantizando su reincorporación a la empresa. En 2023, un total de 319 personas trabajadoras disfrutaron de dichos permisos.

De acuerdo con el Código Ético de **Puig**: **“El entorno de trabajo de Puig está marcado por una cultura inclusiva y no discriminatoria en la que los empleados se sienten valorados y tienen la oportunidad de contribuir. Nuestros procesos de gestión del talento son transparentes e imparciales y están exentos de toda discriminación”**.

Puig está sensibilizada con la integración de personas con necesidades especiales dentro de la compañía. En 2023 destacan las siguientes actuaciones:

- Emplear a 166 personas con una discapacidad reconocida dentro de los parámetros legales de cada país.
- Contratación en la planta de Alcalá de Henares a través de la Fundación Integra, que trabaja para la inserción laboral de personas en riesgo de exclusión social o discapacidad.
- Fomento de la empleabilidad de personas con discapacidad a través de la subcontratación de parte de los procesos productivos de España y Francia a Centros Especiales de Empleo como medida alternativa a la contratación directa de personas con discapacidad.

Proveedor	Ubicación	Aportación (M€)	
		2022	2023
Fundación Privada DAU	Barcelona	775.956	821.624
Fundación Arco Iris	Madrid	827.653	1.001.465
TPC	Francia	1.721.680	1.846.056
Trefemo, S.L.	Madrid	84.164	101.100
Total		3.409.453	3.770.245



Acciones para maximizar el impacto

Puig busca potenciar al máximo su capacidad de generar impacto social, no solo mediante contribuciones económicas, sino también ampliando la repercusión de sus iniciativas.

En 2023, estas acciones se estructuraron en diferentes líneas:

- Iniciativa Makers, dentro del programa social Invisible Beauty, a nivel mundial.
- Impacto en el entorno cercano.
- Acciones locales gestionadas por cada unidad.
- Acciones de impacto interno en **Puig** con los profesionales.

Contribuir al entorno más cercano es otro elemento clave para **Puig**. Esto se lleva a cabo bien mediante contrataciones en mayor medida de personas trabajadoras locales en cada país, de contrataciones a través de agencias de empleo local para cubrir necesidades temporales en plantas de producción o bien contratando proveedores de proximidad en los centros de producción.

Asimismo, en 2023 **Puig** anunció su asociación con la 37ª Copa América, tanto como Global Partner del evento como dando nombre a la primera **Puig Women's America's Cup**, que tendrá lugar entre agosto y octubre de 2024 en Barcelona.

Invisible Beauty Makers

En 2014, **Puig** puso en marcha Invisible Beauty como el programa social de la compañía, reflejando la visión empresarial de la familia y el objetivo de dejar un mundo mejor a las siguientes generaciones.

En el marco de este programa, **Puig** diseñó Makers como una iniciativa que le permite compartir su *know-how* con aquellas organizaciones sociales para las que aprender de la experiencia empresarial de **Puig** puede ser valioso para conseguir un mayor impacto en las personas, la sociedad y el planeta.

Desde sus inicios, la iniciativa Makers ha evolucionado y crecido continuamente para garantizar que **Puig** sigue logrando un impacto social aún mayor. A día de hoy, la iniciativa tiene una clara contribución al propósito de **Puig** y la Agenda ESG 2030.

Makers genera una experiencia de gran valor para todas las personas que trabajan en **Puig** — desde las que votan en la selección de iniciativas, a las que trabajan en equipo con los proyectos — como para las marcas y las organizaciones sociales que se apoyan en este programa.

En este sentido, la iniciativa se basa en cuatro pilares diferentes que permiten el compromiso de las personas que forman parte de **Puig**:

- **Fomentar una vida consciente.** A través de Makers, la empresa fomenta la concienciación en materia social y ambiental, y ofrece a los empleados y empleadas de **Puig** la oportunidad de canalizar, desde **Puig**, sus inquietudes sociales y contribuir al legado empresarial y familiar de dejar un mundo mejor para las generaciones futuras.
- **Compartir el know-how de Puig.** A través del *mentoring* y acompañamiento senior, **Puig** comparte generosamente su *know-how* empresarial y su audacia emprendedora con los líderes de los proyectos sociales participantes para ayudarles a fortalecer sus habilidades y conocimientos empresariales, a la vez que identifica proyectos con visión a largo plazo para integrarlos en su estrategia empresarial a nivel social.
- **Co-crear con los equipos de Puig.** El valor diferencial de Makers es que la iniciativa permite a las personas de **Puig** trabajar en equipo con los proyectos sociales, con una mayor implicación y compromiso, para encontrar oportunidades que se puedan implementar de forma conjunta. La co-creación da a **Puig** la oportunidad de identificar oportunidades de mejora en su cadena de valor y a los proyectos sociales de ampliar su impacto.
- **Colaborar con las marcas de Puig.** La idea detrás de la colaboración con las marcas de **Puig** es encontrar la alineación entre su ADN y el propósito de los proyectos sociales. Makers actúa como una incubadora de proyectos sociales que nutre las causas sociales de las marcas mientras les ayuda a escalar su visibilidad e impacto social.

En 2023 **Puig** lanzó la 8ª edición de los Makers, con un evento digital en directo a nivel mundial para presentar las ocho candidaturas a formar parte de la iniciativa. Los proyectos que se encuentran en la fase de co-creación con **Puig** son:

Proyecto	País de origen	Causa	ODS
Beauty for Freedom	EE. UU.	Empoderar a supervivientes del trauma a través de las artes	5 y 12
Free Form Style	España	Crear una moda sin restricciones, inclusiva y sin barreras para personas con diversidad funcional	10
Itinérance Méditerranée	Francia	Promover y mejorar la vida de las mujeres artesanas de las zonas del mediterráneo dándoles visibilidad y valor a su trabajo	1, 5, 8, 10 y 12
MENOSTrash	España	Contribuir a crear un sector de la moda que reduzca su impacto en el medioambiente	12 y 13
Mentoring Matters	Reino Unido	Hacer realidad la diversidad y la inclusión en la industria de la moda y la creatividad	5, 8, y 10



¿Qué dicen las personas que han participado en la experiencia Makers de Invisible Beauty?

‘Para mí, participar en la iniciativa Makers ha sido muy gratificante, ya que he conocido a un grupo de personas verdaderamente inspiradoras, ya sean los fundadores, sus equipos o los grandes miembros del equipo de **Puig** de todo el mundo, que dieron su tiempo y pasión para ayudar a construir proyectos increíbles juntos. Me ha demostrado que dedicando incluso una pequeña cantidad de tiempo, con propósito y pasión, podemos contribuir de forma significativa a los Makers. Juntos podemos ayudar a construir un mundo mejor.’

Timothy Lee, Architecture & Visual Merchandise
Director, Penhaligon's, Kama Ayurveda, Loto del Sur



‘Significa poder aprender y compartir mi interés por mejorar el mundo convirtiendo esto, a través de la innovación y el emprendimiento, en un negocio sostenible, rentable y replicable.’

Omar Villagomez, Operations Director, **Puig** in Mexico

‘No sabía muy bien qué iba a representar para mí participar como co-creadora, pero ha sido una experiencia muy constructiva. Poner mi granito de arena en un proyecto de tan gran envergadura y con un potencial tan enorme, es muy satisfactorio, y trabajar con un equipo tan increíble... una oportunidad súper interesante, inolvidable y muy recomendable; una experiencia ÚNICA.’

Carmen América Torres, Packaging & Production
Quality Control Manager, planta de Vacarisses

‘Asociarse con los fundadores y la red de Beauty for Freedom para tener un impacto en las vidas de las supervivientes del trauma y ver cómo florece a tiempo real es una experiencia poderosa. Hacerlo con compañeros de **Puig** de todas partes de la organización le da un significado aún más profundo.’

Laurie Labesque, North America VP, **Puig** in North America

‘Makers es un proyecto apasionante donde se unen solidaridad y profesionalidad. Es una oportunidad única de conocer de cerca iniciativas increíbles y de colaborar con compañeros en un contexto totalmente diferente. Es realmente muy bonito poder participar.’

Marta Raventós, Corporate HR & Legal Delivery Manager, Torre **Puig** T-1 (Barcelona)



‘Estoy realmente orgullosa y agradecida de participar en Invisible Beauty Makers este año. Esta iniciativa única me permite darle un mayor propósito a mi trabajo diario, asociándome con organizaciones sociales que apoyan causas que me importan profundamente y difundiendo sus mensajes en toda nuestra organización. Además, es una gran oportunidad para conectar con mis compañeros de **Puig** y trabajar conjuntamente en un proyecto significativo.’

Charlotte Fave, Strategic Projects Director,
Champs-Élysées (París)





Acciones locales gestionadas por las marcas y unidades de Puig

Las marcas y las unidades de cada país tienen autonomía para llevar a cabo acciones de compromiso social. A continuación, se detallan algunas de las acciones implementadas en 2023:

Unidad de negocio	Acción	ODS
Apivita	<ul style="list-style-type: none">Programa Billion Bees: lanzamiento en septiembre de 2023 del programa Billion Bees con el compromiso de regenerar 1 millón de abejas cada año en todo el mundo.Bee Schools: proyecto colaborativo con el Bee Camp (miembro de la organización 1% for the Planet) que busca concienciar a las generaciones jóvenes sobre la importancia de las abejas para la humanidad y la naturaleza.Por tercer año consecutivo, más de 50 empleados de Apivita se desplazaron voluntariamente a cuatro islas de Grecia durante el verano para realizar acciones de limpieza marina en colaboración con la ONG Aegean Rebreath.	11, 13 y 14
Byredo	Colaboración con la ONG Ghett'up para promocionar e incentivar la empleabilidad de las personas jóvenes de barrios en riesgo de exclusión social, ofreciendo prácticas a 4 personas.	8 y 10
Carolina Herrera	<p>Dentro de su campaña «Mujeres en las Artes», presenta un nuevo programa cultural que celebra a las mujeres creativas, con una serie de iniciativas:</p> <ul style="list-style-type: none">Colaboración con la Fashion Institute of Technology (FIT) de Nueva York con una beca de cuatro años de estudio para mujeres que quieran desarrollarse en la industria de la moda.Colaboración con Kode With Klossy, organización de la embajadora de Good Girl Karlie Kloss, para formar a mujeres jóvenes en programación.Colaboración con Spectaculu, una organización sin ánimo de lucro especializada en formación y orientación profesional, para organizar un nuevo curso especializado en moda y confección para 15 jóvenes de Río de Janeiro (Brasil). La colaboración se desarrolló de la mano de Puig en Brasil.Patrocinio de la exposición 'Maestras' del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza de Madrid. Un recorrido por más de cien obras de 73 mujeres artistas que abarca desde el siglo XVI hasta el XX.Lanzamiento del <i>podcast</i> Walk Tall, un espacio que tiene como objetivo empoderar a la próxima generación de mujeres para que alcancen su máximo potencial a nivel profesional.	4 y 5

Charlotte Tilbury	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración con Elton John Aids Foundation y como socio fundador oficial de belleza de su iniciativa The Rocket Fund para apoyar su lucha contra el sida. La campaña navideña de la marca ayudó a crear conciencia sobre la misión del Rocket Fund y contó con la fundadora de la marca, Charlotte Tilbury MBE, el cantante Elton John y la modelo Kate Moss. • Colaboración con The Prince's Trust, organización que apoya a los jóvenes desfavorecidos de todo el mundo, mediante diferentes iniciativas: <ul style="list-style-type: none"> •• Recaudación de fondos durante el evento The Prince's Trust Global Gala celebrado en Nueva York. •• Patrocinio del evento Amal Clooney Women's Empowerment Award que reconoce el impacto global del trabajo de mujeres jóvenes emergentes. •• Apoyo al talento joven y diverso con dos contrataciones mediante el programa Get Hired de la asociación. •• Talleres empresariales dirigidos por empleados para formar y ayudar a jóvenes emprendedores a desarrollar su propio negocio. •• Desarrollo de un lápiz labial Coronation Red de edición limitada para celebrar la Coronación de Carlos III (disponible en Reino Unido y EE. UU.) y cuyos beneficios se han destinado a la organización benéfica. • Colaboración con Women for Women International con el desarrollo de un calcetín navideño hecho a medida de Charlotte Tilbury para destinar parte de las ventas a la organización benéfica en su misión de ayudar a las mujeres supervivientes de conflictos políticos y sociales a reconstruir sus vida. 	3 y 10
Dries Van Noten	<p>Colaboración con Revol, porcelana artesanal, hecha a mano y producida en Francia, para desarrollar envases de porcelana para tres fragancias de la marca: Soie Malaquais, Rock The Myrrh y Rosa Carnivora.</p>	12
Jean Paul Gaultier	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso histórico de la marca con más de 200.000€ donados a más de 15 asociaciones LGBTQI+ en todo el mundo a través de sus activaciones durante el «Pride Month», con la comercialización de sus ediciones Pride Limited en más de 25 mercados. • Proyectos especiales para apoyar a los artesanos locales en México para el Día de Muertos para promover la tradición y la artesanía local. 	5 y 10
L'Artisan Parfumeur	<ul style="list-style-type: none"> • Asociación con la artesanía francesa especializada en <i>papier marbré</i> (papel de mármol) para crear papeles personalizados que representen las regiones francesas, replicados en los <i>packaging</i> de la colección Les Paysages. • Colaboración con la cerámica francesa de Carpenet para el desarrollo de velas hechas a mano en porcelana de Limoges. • Evento organizado en Manufacture de Sèvres, un lugar emblemático de Francia que celebra la artesanía, donde se compartieron los archivos históricos de L'Artisan Parfumeur, con 150 participantes de la escena creativa parisina. 	12
Penhaligon's	<ul style="list-style-type: none"> • Para apoyar la misión ESG de la marca, Penhaligon's se convirtió en el patrocinador principal de QEST, una organización con sede en el Reino Unido que apoya la excelencia en la artesanía británica. • Donación de un 10% de los ingresos netos de la colección Highgrove Bouquet a la Prince's Foundation (Reino Unido) en apoyo a la creación de comunidades para un mundo más sostenible. 	12
Rabanne	<p>Rabanne, en colaboración con Dazed, ha lanzado la iniciativa Arts Factory, que tiene como objetivo proporcionar una plataforma para seis creativos emergentes de los ámbitos de la moda y la belleza digitales. Todos ellos deberán elaborar un encargo artístico y competir por la oportunidad de colaborar con Rabanne en un proyecto creativo.</p>	8 y 10



Uriage	Uriage ha mantenido su compromiso con 1% for the Planet en proyectos para preservar los recursos hídricos y regenerar la biodiversidad de los Alpes. Uno de estos proyectos pedagógicos fue «Odyssees Agir à la Source», con la ONG Water Family, para concienciar sobre la importancia del agua a 950 niños y niñas en toda Francia.	13
Apivita y Uriage	Un mínimo del 0,2% de la facturación en 2023 se devolvió a la naturaleza y a la comunidad mediante donaciones económicas y en especie y tiempo de voluntariado de los empleados, a través de los programas de Responsabilidad Corporativa.	17
Puig en Argentina	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración económica con las entidades Alegría Intensiva, que trabaja para mejorar la experiencia hospitalaria de niños y adolescentes a través del arte y la cultura. • Colaboración económica con la Fundación Garrahan, que impulsa tareas de docencia, investigación, formación de recursos humanos y educación continua en relación a la salud de niños y adolescentes de todo el país. • Colaboración económica con el programa social Luzca bien, siéntase mejor de la Cámara Argentina de la Industria de Higiene Personal, Cosmética y Perfumería (CAPA), cuya misión es fortalecer la autoestima de las mujeres con cáncer ayudándolas a mejorar su imagen y a realizar el tratamiento oncológico con mayor confianza. • Colaboración con la Asociación Argentina Olimpiadas Especiales, que promueve la inclusión y los derechos en el deporte de las personas con discapacidad intelectual, en unas jornadas interactivas entre niños con discapacidad y empleados de Puig y mediante la donación de equipamiento y material deportivo donado por los propios empleados. 	3 y 10
Puig en Brasil	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración, junto con Jean Paul Gaultier, con el desfile LGBTQUIAP+ y la asociación Parade, organización no gubernamental que promueve la comunidad LGBTQUIAP+ a través de actividades educativas, sociales y culturales. • Colaboración, junto con Rabanne, con la asociación Reprograma, una iniciativa de impacto social que tiene como objetivo capacitar a mujeres cis y trans en situación de vulnerabilidad social y económica para trabajar con programación, buscando así reducir la gran brecha de género que existe en el mercado tecnológico. • Colaboración, junto con Rabanne, con la Academia Internacional de Música Electrónica (AIMEC), una de las escuelas de referencia para la formación de DJ del país, mediante becas de estudio para 20 jóvenes en situación de vulnerabilidad social. • Colaboración con Spectaculo, junto con Carolina Herrera. 	3, 5 y 10
Puig en Chile	Donación de materiales sanitarios (mascarillas, gel alcohólico, etc.) a las entidades María Ayuda, asociación que ayuda a niños, niñas y adolescentes en riesgo de exclusión social, y al Cuerpo de Bomberos Quinta Normal.	10
Puig en Francia	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración con «Nos quartiers ont du talent» apoyando a la empleabilidad de jóvenes de barrios en riesgo de exclusión social. • Colaboración con tres asociaciones de ayuda a colectivos minoritarios («Energie jeune», «Estime» y «Refuge»). 	8 y 10

Acciones de impacto en **Puig** con los profesionales

Puig promueve el bienestar de sus personas trabajadoras a través de la iniciativa #BeCampaigns, el programa de bienestar de **Puig**, que tiene como objetivo invitar a los colaboradores a adoptar prácticas que les ayuden a mejorar su bienestar.

El programa comenzó como piloto en la sede de Barcelona en 2014, se extendió a la sede de París en 2016 y desde entonces se ha ido implementando progresivamente en todas las filiales de **Puig** en todo el mundo.

La iniciativa #BeCampaigns se estructura en torno a seis pilares, con el objetivo de invitar a las personas que forman parte de la compañía a explorar actividades relacionadas con un estilo de vida saludable y sostenible: #BeActive, #BeHealthy, #BeSustainable, #BeSociallyAware, #BeProud y #BeCreative.

Patrocinio de la 37ª Copa América

En junio **Puig** anunció su asociación con la 37ª Copa América, tanto como patrocinador global del evento como dando nombre a la primera **Puig Women's America's Cup**, que tiene como objetivo proporcionar a las regatistas una plataforma para mostrar sus habilidades y talento.

La colaboración de **Puig** con la Copa América, que se celebrará de agosto a octubre de 2024 en Barcelona, tiene un significado especial, reflejando su identidad local como empresa global con sede en la ciudad y su rico patrimonio náutico.

Con una larga tradición de patrocinios dentro del mundo de la vela, **Puig** se enorgullece de apoyar esta competición histórica, reforzando así la relación de la empresa con la náutica y promoviendo la excelencia y la innovación en este deporte.

Al respaldar la regata **Puig Women's America's Cup**, que se perfila como uno de los momentos más destacados de la 37ª Copa América, **Puig** demuestra su compromiso para promover la igualdad de género dentro del deporte de la vela. Como Global Partner, tendrá una presencia significativa durante todo el evento, conectando con entusiastas de la vela de todo el mundo y fortaleciendo la visibilidad de su marca a nivel global.



Relación con nuestros consumidores

⁸² International Fragrance Association.

⁸³ Incluye todas las unidades de negocio de Puig, salvo las unidades de Charlotte Tilbury vendidas fuera del canal *online*.

⁸⁴ Para 2023 se ha redefinido el proceso de recolección de reclamaciones, logrando un número más preciso del mismo. Las categorías reportadas en 2022 (reclamaciones de consumidores, clientes e internas) están incluidas en el total de reclamaciones de 2023.

El compromiso ESG de **Puig** se refleja también en el trato que tiene con sus consumidores. Para garantizar la seguridad de los productos se ponen en marcha los mecanismos necesarios durante todo el flujo de desarrollo del producto: ingredientes y *packaging*, desarrollo de nuevas fórmulas, fabricación, producto final y etiquetado.

El *portfolio* completo de productos está sujeto a diferentes legislaciones, la principal de las cuales es el Reglamento (CE) n.º 1223/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre los productos cosméticos, de 30 de noviembre de 2009, que armoniza íntegramente las normas comunitarias a fin de lograr un mercado interior para los productos cosméticos, garantizando al mismo tiempo un elevado nivel de protección de la salud humana. Además, **Puig** va más allá del cumplimiento con las legislaciones a nivel global, también se compromete a respetar rigurosamente las recomendaciones de la IFRA⁸² y establece internamente estándares más altos que los exigidos por las leyes. Esta política interna incluye la decisión de no usar ciertos ingredientes que no se hayan evaluado por parte de las autoridades para confirmar su seguridad humana y ambiental.

Los canales para que los consumidores contacten para realizar reclamaciones o consultas siguen protocolos basados en normativas de la Unión Europea y de otros países que imponen reglas de vigilancia posterior a la comercialización.

Características del servicio:

- Canales: chat, teléfono, web, email y redes sociales.
- Primera respuesta antes de 48 horas.

El abanico de reclamaciones es muy diverso, desde pequeñas reacciones muy puntuales dentro del uso normal del producto cosmético (alertas de cosmetovigilancia) a problemas de calidad o con pedidos por parte de nuestros clientes. Las alertas de cosmetovigilancia incluyen la realización de una encuesta al consumidor a través de una empresa externa, para obtener toda la información necesaria para realizar una minuciosa investigación que permite asignar la imputabilidad de la alerta como: posible, probable, muy probable, cuestionable o improbable. El consumidor recibe en todos los casos una comunicación con los resultados.

	2022		2023 ⁸³	
	Total	% Sobre unidades vendidas	Total	% Sobre unidades vendidas
Número de reclamaciones ⁸⁴	267.773	0,07368%	13.612	0,00448%
Número de alertas de cosmetovigilancia	383	0,00011%	724	0,00024%



Gobernanza

Gestión de los Derechos Humanos

Puig tiene un posicionamiento firme en la defensa de los Derechos Humanos. En 2021 se adhirió al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, una iniciativa que tiene como objetivo conectar el sector privado con los Derechos Humanos. Para el proceso de admisión, la empresa debe presentar sus acciones y estrategias relacionadas con los diez principios. Incumplir alguno de los principios supone la no admisión.

El primero de los principios del Pacto Mundial especifica que “las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”.

Formar parte del Pacto Mundial y emitir anualmente los informes para aprobación de la organización son la mejor credencial para demostrar el compromiso de **Puig** con el cumplimiento de los Derechos Humanos. **Puig** trabaja de forma permanente para detectar posibles deficiencias en la gestión de los riesgos asociados a los Derechos Humanos con relación a su actividad: riesgos en relación con los profesionales, clientes, consumidores, proveedores y comunidades locales y otras partes potencialmente afectadas.

Además, desde 2007, el Código Ético explicita este compromiso dentro del capítulo **Puig** y las Personas, donde dice: “respetamos y defendemos los Derechos Humanos universales y la integridad de las personas”.

Como todas las políticas y procedimientos de **Puig** emanan de su Código Ético, desarrollan este compromiso en aspectos del día a día de forma que su respeto está totalmente integrado en todas las funciones y procesos internos para evitar acciones inconsistentes o contradictorias.

Este compromiso en materia de Derechos Humanos se traduce en la aprobación de la Política de Derechos Humanos para las personas de **Puig** por el Consejo de Administración en el último trimestre de 2023. Dicha política recoge los principios adoptados por **Puig** que reflejan su compromiso de respeto con los siguientes Derechos Humanos en el ámbito laboral: (i) eliminación del trabajo forzoso, (ii) abolición de la explotación infantil, (iii) eliminación de la discriminación en el empleo y ocupación, (iv) eliminación del acoso, (v) libertad de asociación, (vi) seguridad y salud, (vii) condiciones laborales mínimas de empleo, todo ello en consonancia con la normativa internacional al respecto. Del mismo modo, esta política sirve como herramienta para identificar, prevenir y mitigar cualquier impacto negativo que pudiera existir acerca de los Derechos Humanos de las personas trabajadoras en el seno de su actividad.

También este año 2023, el Consejo de Administración ha aprobado la Política de Abastecimiento Sostenible en la que se detalla los estándares ambientales, sociales y de gobernanza (con especial incidencia en el respeto de los Derechos Humanos) que exige **Puig** a sus proveedores.

De este modo, **Puig** cuenta con el canal de denuncias como uno de los distintos mecanismos existentes para detectar posibles incumplimientos en materia de Derechos Humanos, y con la Política de Derechos Humanos y la Política de Abastecimiento Sostenible para mitigar y prevenir estos incumplimientos, sin que se hayan podido constatar hasta la fecha infracciones en materia de Derechos Humanos.

Control Interno

⁸⁵ Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission.

En 2022, **Puig** creó la función de Control Interno sobre la Información financiera (en adelante SCIIF) con el objetivo de reforzar el modelo de gobierno de la compañía, continuar promoviendo la integridad financiera y la eficiencia operativa y fomentar la confianza entre las partes interesadas en línea con los compromisos adquiridos en el Código Ético. En 2023 se han formalizado y documentado controles ya existentes y otros controles adicionales que fortalecen el modelo.

Para garantizar el correcto funcionamiento de la función de SCIIF en **Puig**, el Consejo de Administración, a través de la Comisión de Auditoría y Compliance, ha encargado la creación y funcionamiento de un equipo de profesionales que gestionen el modelo SCIIF. Este equipo tiene una doble línea organizativa: su dependencia final corresponde a la Comisión de Auditoría y Compliance, pero para sus responsabilidades del día a día reportan a la Vicepresidencia de Servicios Financieros de **Puig**.

El modelo creado sigue las directrices de COSO⁸⁵ Internal Control Framework.

El equipo de Control Interno desempeña las siguientes funciones:

- Apoyo en el diseño e implantación del SCIIF, orientado a garantizar la veracidad de la información y estados financieros elaborados por **Puig**.
- Apoyo al negocio en la identificación de los principales riesgos de la información financiera que afectan a **Puig**, así como asistencia en el diseño e implantación de las actividades de control necesarias para mitigarlos.
- Consideración de la materialidad de los diferentes componentes de **Puig** para determinar en qué medida es necesario implantar el sistema de Control Interno y decidir sobre cualquier excepción o ajuste del alcance.
- Formación, capacitación y apoyo a los equipos y personas responsables de ejecutar las actividades de control para garantizar que puedan cumplir con sus responsabilidades como propietarios del control.
- Revisión periódica de la eficacia de las actividades de control, identificando las mejores prácticas.



La función de Control Interno tiene que asegurar que los controles están en funcionamiento, que cubren los principales procesos y mitigan los riesgos, y para ello se revisan de manera anual.

Destacados

- Formalización y documentación de los controles en las principales funciones y entidades.
- Revisión anual de la Matriz de Riesgos y Controles.
- Implementación de un *software* específico que sirve de repositorio de las evidencias (Archer).
- Formación a más de 150 personas de toda la compañía.
- Aprobación del modelo de gobernanza de la función de Control Interno sobre la información financiera por parte del Consejo de Administración.

Compromiso fiscal

⁸⁶ La Política Fiscal está disponible en la web de Puig: <https://secure.ethicspoint.eu/domain/media/eseu/gui/109738/taxPolicy.pdf>.

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 fiscal⁸⁶.

en M€	2022		2023	
	Beneficio antes de impuestos	Impuestos sobre beneficios pagados	Beneficio antes de impuestos	Impuestos sobre beneficios pagados
EE. UU.	74.109,4	13.372,8	74.030,0	15.182,4
Reino Unido	119.495,8	19.313,4	154.185,7	36.693,5
España	141.429,1	40.497,0	175.572,6	39.980,0
Francia	59.210,4	16.990,8	44.841,3	11.196,9
Brasil	21.200,3	13.998,9	23.145,0	6.489,0
Alemania	3.764,0	4.098,4	4.340,1	-469,9
China	-39.222,1	-30,7	-12.315,8	0,0
México	20.440,0	7.541,8	30.687,1	9.760,5
Italia	-717,9	273,6	1.595,9	984,9
Chile	13.891,0	4.277,9	11.248,0	3.243,2
Resto del mundo	135.232,7	16.487,3	142.566,6	31.740,3

Top 10 de países por ingresos netos de **Puig**. Representan el 62% del total.

En 2023 **Puig** recibió un total de 224.489€ en concepto de subvenciones públicas e invirtió 512.883€ en acciones de patrocinio.

en M€	2022	2023
Subvenciones públicas	383.907	224.489
Acciones de patrocinio	321.609	512.883

Compliance

En el año 2023, y a través de una nueva área corporativa de Compliance, **Puig** ha continuado avanzando en construir una cultura ética y de cumplimiento normativo a través del compromiso y la participación de todas las personas de la organización, y en especial, de aquellas que ejerzan cargos de responsabilidad bajo el concepto “Compliance starts with me”. El área corporativa de Compliance reporta a la Comisión de Auditoría y Compliance para asegurar su funcionamiento independiente y una operativa autónoma con una asignación de recursos propios.

Durante este ejercicio, se ha actuado en tres ámbitos concretamente. Primero, se han revisado los estándares de la compañía recogidos en el Código Ético y las políticas básicas derivadas del mismo. Segundo, se ha definido una nueva organización para facilitar el despliegue de los estándares. Y, por último, se han desarrollado procesos para promover y monitorizar los estándares.

En el mes de junio se lanzó la tercera versión del Código Ético y nuevas versiones de políticas básicas ya existentes o de nueva creación. En la segunda parte del año se completó la aprobación de nuevas políticas conductoras de los valores y compromisos establecidos en el Código Ético. La versión revisada de la Política de Cumplimiento y Prevención de Delitos junto a la nueva Política de Anticorrupción refuerzan y promueven el compromiso de la compañía con el cumplimiento de la ley y de los estándares éticos de **Puig** y expresan la tolerancia cero hacia la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales.

La nueva versión de la Política de Abastecimiento Sostenible supone un impulso de la responsabilidad en materia medioambiental, social y gobernanza en nuestra cadena de valor. Y la nueva Política del Canal de Denuncias acoge la cultura de “Speak Up” para promover la comunicación de aquellos comportamientos que puedan ser contrarios a la ética o que infrinjan la normativa interna o externa. La política establece las máximas garantías de confidencialidad de las personas y protección a los informantes dentro del actual marco normativo.



⁸⁷ La Memoria del año 2022 no consolidaba las denuncias correspondientes al perímetro actual.

⁸⁸ El listado de temas reportados responde a la nomenclatura interna adoptada, sin que se hayan podido constatar hasta la fecha incumplimientos en materia de Derechos Humanos. A 31 de diciembre de 2023 todas las denuncias del año 2022 están cerradas.

Se comunicó el nuevo Código Ético y las políticas básicas a todos los empleados, facilitando el acceso a su contenido y recabando la aceptación individual de los valores y compromisos.

Desde el 12 de junio de 2023 está activo el nuevo proceso del canal de denuncias, vinculado a la redefinición del mismo, en cumplimiento de la normativa vigente y del compromiso de **Puig** con la cultura de “Speak Up”.

Durante el año 2023 se recibieron 30 denuncias. Por su parte, durante 2022⁸⁷ se recibieron 9 denuncias a través del canal “ethics@puig.com” correspondientes a los siguientes temas: (i) Derechos Humanos (1), (ii) Soborno y Corrupción (0), Blanqueo de Capitales (0) y Otros (8) – que refiere a cuestiones relativas a la gestión de personas tales como favoritismo, despidos y vocabulario o trato inapropiado.

El incremento del número de denuncias frente a 2022 viene motivado por la promoción de la cultura de integridad y transparencia a través de una nueva plataforma de gestión del canal de denuncias (puigreportingchannel.ethicspoint.com) y de la Política y Procedimiento del Canal de Denuncias que garantizan un proceso anónimo, seguro, confidencial y libre de represalias.

Finalmente, se ha redefinido el mapa de riesgos penales para poder extenderlo a las áreas de cumplimiento normativo identificadas y permitir su aplicación a todos los países donde la compañía tiene filiales.

Gestión del canal de denuncias en 2023⁸⁸

Temas	Recibidas		Cerradas	Abiertas a 12/31/23
Cuestiones laborales	16	53%	10	6
Acoso	5	17%	1	4
Incumplimiento de políticas	5	17%	3	2
Mal uso de activos o servicios	1	3%	1	0
Competencia	1	3%	1	0
Asuntos de Contabilidad y Auditoría	1	3%	0	1
Otros	1	3%	1	0
Total	30		17	13

Modelo de gestión de riesgos

La gestión de riesgos está basada en un enfoque *top-down* en el que el Consejo de Administración define los riesgos a monitorizar en función del plan estratégico vigente. La revisión de estos riesgos, incluyendo su apetito de riesgo, se actualiza de forma anual. La lista actual es la siguiente:

- Plan de sucesión
- Gestión del talento
- China
- Capacidades digitales y del punto de venta
- IT y ciberseguridad
- Efectivo y deuda
- ESG
- Geopolítica y Macroeconomía
- Cumplimiento normativo
- Relevancia de las categorías de negocio
- Desarrollo y suministro de producto

El despliegue y seguimiento de estos riesgos en la organización lo lidera el Risk Manager, que reporta al General Auditor. Entre sus responsabilidades está la definición de la metodología de gestión de riesgos, su implantación y su mantenimiento, y consta de las siguientes fases:

1. Identificación

Para cada riesgo se define un Risk Owner, que junto con el Risk Manager, identifican los diferentes factores de riesgo y los priorizan en función del impacto económico y probabilidad. Para monitorizar estos factores se establecen indicadores de riesgo (KRIs), cuya tolerancia está ligada al apetito de riesgo predefinido.

2. Valoración

Una vez definido el indicador, el Risk Manager es el encargado de recopilar y consolidar la información de los indicadores de riesgo (KRIs). El resultado de estos indicadores se analiza con los Risk Owners y se comparte y valida en los diferentes comités de riesgo de forma trimestral, donde participa el Risk Manager junto con los máximos responsables de cada área de negocio.

3. Plan de mitigación

En los comités se monitorizan de forma recurrente los factores de riesgo de alta prioridad y aquellos indicadores con un nivel de riesgo alto. En este punto el negocio establece e implementa planes de acción para mitigar los riesgos de nivel alto.

4. Monitorización

De forma anual, periódica, el Risk Manager comparte con la Comisión de Auditoría y Compliance y el Consejo de Administración el *status* global de riesgos.



Estadísticas a cierre de 2023:

- 11 Riesgos Globales
- 30 Risk Owners
- 194 factores de riesgo
- 269 indicadores de riesgo

Auditoría interna

La finalidad del área de Auditoría Interna de **Puig** es proporcionar un apoyo independiente y objetivo a la compañía, así como ofrecer servicios de consultoría diseñados para crear valor para los accionistas. Ayuda a **Puig** a lograr sus objetivos aportando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gobernanza, gestión de riesgos y control.

En términos de responsabilidades y requisitos clave, Auditoría Interna evalúa objetivamente los procesos empresariales de la compañía, sus riesgos y la eficacia de su gestión de riesgos, garantiza que la organización cumpla con las leyes y regulaciones pertinentes, analiza la efectividad del sistema de Control Interno y hace recomendaciones sobre cómo mejorarlo.

El Auditor General tiene la tarea de supervisar competentemente las operaciones de auditoría interna en estricto cumplimiento de la Carta de Auditoría Interna y de conformidad con las Normas Internacionales para la Práctica Profesional de la Auditoría Interna (IPPF), a la vez que posee junto con su equipo las certificaciones y calificaciones profesionales necesarias.

Los miembros del equipo de Auditoría Interna de **Puig** también cumplen con el requisito profesional de adquirir certificados profesionales y cuentan con varios de ellos reconocidos a nivel mundial como CIA, CISA, CRMA, RIMS, COSO IC, COSO ERM y GRI. Es la forma óptima de evidenciar su conocimiento, habilidades y competencias para llevar a cabo eficazmente las responsabilidades profesionales derivadas de las actividades de auditoría interna y gestión de riesgos.

Con el objetivo de mejorar continuamente nuestra actividad de Auditoría Interna y con el apoyo del Consejo de Administración y de la Comisión de Auditoría y Compliance de **Puig**, a finales de 2022 el equipo de Auditoría Interna inició por primera vez una Evaluación Externa de Calidad realizada por el Instituto de Auditores Internos de España (IAI).

El IAI llevó a cabo un proceso de revisión de calidad con los siguientes objetivos: evaluar la eficiencia y eficacia de la actividad; identificar oportunidades y ofrecer ideas y consejos para mejorar el desempeño de la actividad de auditoría interna, y determinar si la actividad se realiza de conformidad con las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna.

En noviembre de 2023, la función de Auditoría Interna de **Puig** fue certificada y obtuvo la máxima puntuación en todos los componentes del cuadro de mando de evaluación, así como conclusiones muy positivas y la confirmación de que su actividad se desarrolla conforme a las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna.

Este es un logro significativo que valida y fortalece la función de Auditoría Interna, mejora su efectividad, eficiencia e implementación de prácticas exitosas, y demuestra el compromiso de la empresa de mantener altos estándares de gobernanza, gestión de riesgos y control interno.

Materialidad

En el último trimestre de 2022 se realizó un análisis completo de doble materialidad con una firma de consultoría externa. La doble materialidad es la identificación de aspectos que influyan en el desempeño operativo y financiero (perspectiva de afuera hacia dentro) y aspectos sobre el efecto de la actividad de la empresa en el medio ambiente y la sociedad (perspectiva de adentro hacia afuera).

El propósito de este análisis, que se realiza bianualmente, es identificar aquellos aspectos ESG que son relevantes para la organización y su entorno y priorizarlos según su potencial impacto en la capacidad de **Puig** para crear valor en el corto, medio y largo plazo.

La metodología seguida fue:

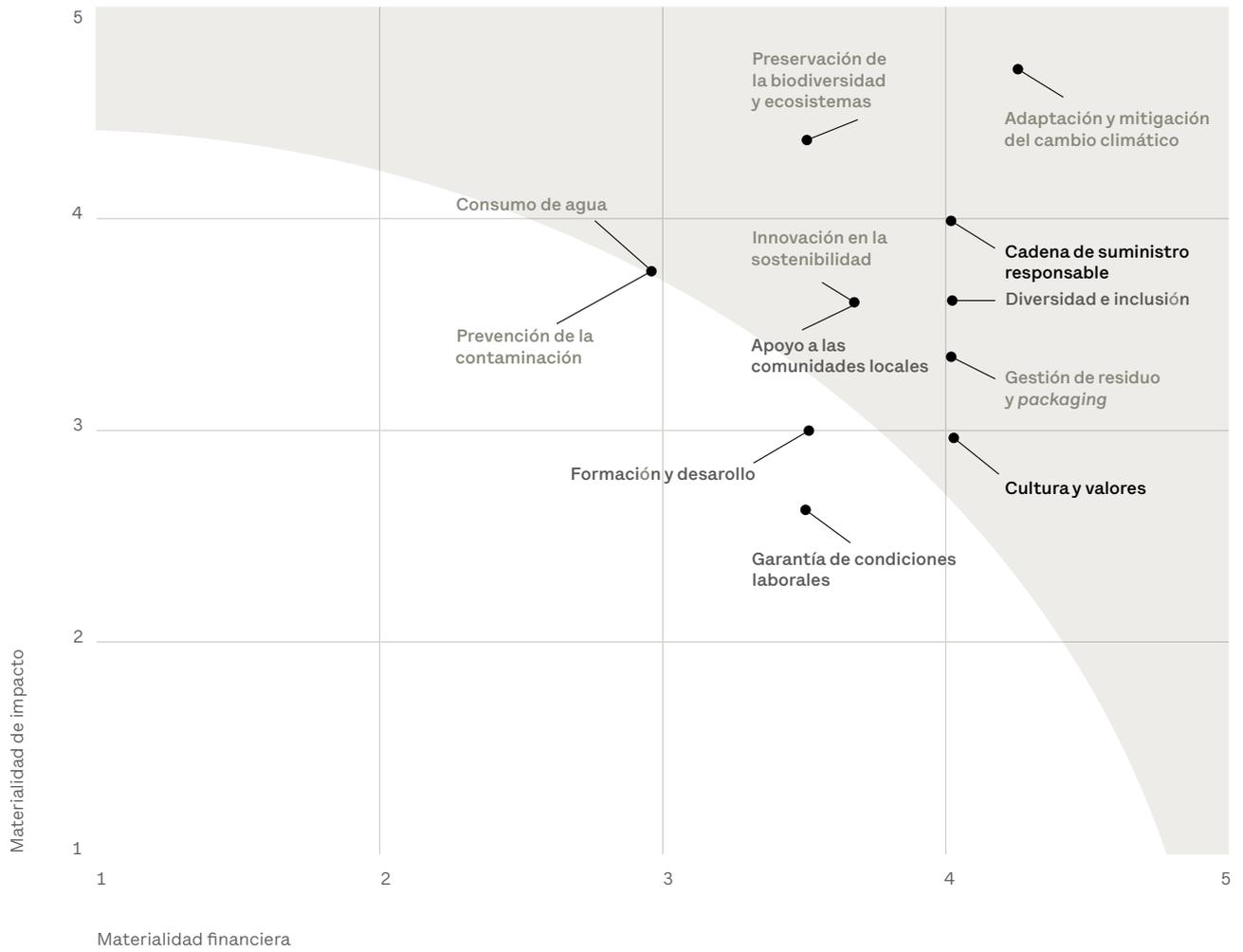
1. Identificación de temas relevantes en materia de impacto y financiera. En esta fase se realizó una revisión de las fuentes internas y externas, entrevistas y cuestionarios a empleados de la empresa y otros grupos de interés. Sobre la base de esta información, se elaboró un primer listado de posibles temas materiales, considerando impactos, riesgos y oportunidades para valorar en etapas posteriores.
2. Valoración de la relevancia de cada tema, desde dos perspectivas:
 - Impacto: evaluación de la relevancia externa de los temas identificados en escala, alcance, posibilidad de remediar y probabilidad.
 - Financiera: evaluación de la relevancia interna de los temas identificados, en referencia al impacto financiero, probabilidad de riesgo y oportunidad.
3. Análisis de resultados y conclusiones. Se ponderaron las valoraciones obtenidas de los temas materiales, se priorizaron y se integraron en una matriz. Posteriormente se organizó una reunión de grupo para validar los resultados bajo supervisión del Chief Sustainability Officer, Manuel Puig.



⁸⁹ Tabla detallada con los objetivos e indicadores de la Agenda ESG 2030 de Puig con su nivel de consecución 2023 en las páginas 86-87.

4. Aprobación por parte de los órganos de gobierno a principios del año 2023.

Cada una de las temáticas identificadas en el análisis de doble materialidad está alineada con los objetivos de la Agenda ESG 2030 de **Puig** y se aborda desde al menos uno de los 16 programas detallados en la misma⁸⁹.



- Aspectos relacionado con el eje medioambiental
- Aspectos relacionado con el eje social
- Aspectos relacionado con el eje gobernanza

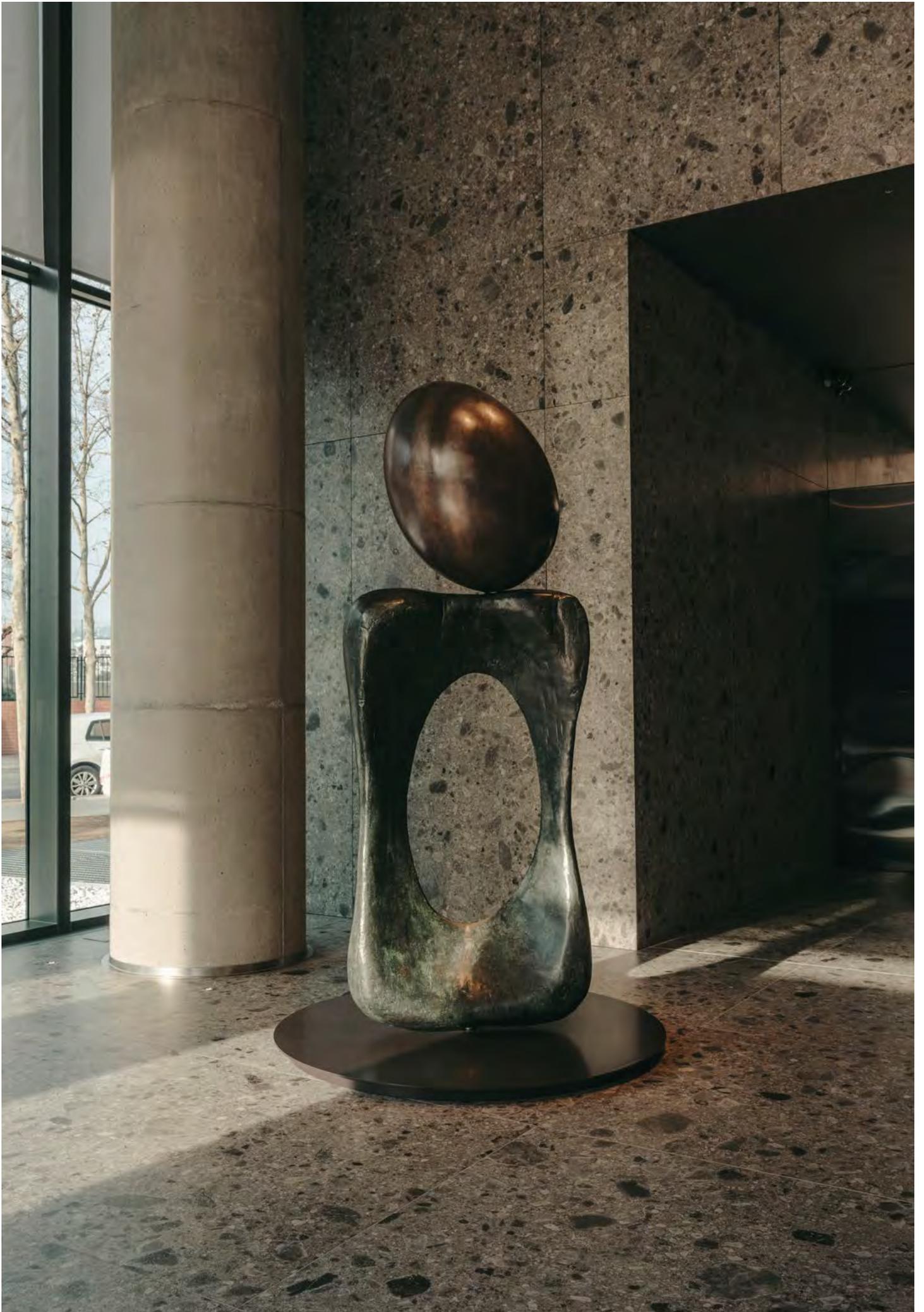


5

PUIG

Anexos





Anexo 1: Trayectoria profesional de los miembros del Consejo de Administración

Marc Puig

Miembro del Consejo desde 1999

Formación:

Ingeniero Industrial (UPC) y MBA (Universidad de Harvard).

Trayectoria profesional:

Antonio **Puig** S.A., **Puig** USA Inc., Carolina Herrera, Ltd., **Puig**.

Posición en 2023:

CEO de **Puig** desde 2004, Chairman and CEO de **Puig** desde 2007.

Otros:

Miembro de los Consejos de Administración de Exea Empresarial y Mango, expresidente del Instituto de la Empresa Familiar, miembro de la Junta del Círculo de Economía (Barcelona), miembro del Harvard Business School European Advisory Board y del IESE International Advisory Board. Galardonado en 2015 con el Kellogg Family Business Leadership Award. Forma parte del Hall of Fame de la Fragrance Foundation de América desde 2017 y del World Retail Hall of Fame desde 2023.

**Manuel Puig**

Miembro del Consejo desde 1999

Formación:

Ingeniero Industrial (UPC).

Trayectoria profesional:

Más de 35 años en **Puig** (desarrollo de producto y diferentes posiciones en marketing, creación de varias filiales internacionales, gestión de varias de las marcas de moda, responsable de la creación de lo que hoy es la división **Derma** y participación en procesos de adquisiciones significativos en **Puig** durante los últimos diez años). Tras la firma de la *joint-venture* con Prada para el desarrollo de las fragancias, formó parte del Consejo de esta empresa (2002-2006).

Posición en 2023:

Vice Chairman de **Puig** desde 2007, Chief Sustainability Officer de **Puig** desde julio de 2021 hasta diciembre de 2023, y Chairman del **Puig** Board ESG Committee desde julio de 2021.

Otros:

Miembro del Consejo de Administración de Exea Empresarial, Isdin, Flamasats y RACC desde 2016 y de Fluidra y Colonial desde 2023, ambas compañías cotizan en el Ibex 35. Miembro del Consejo Asesor del Baratta Center for Global Business, McDonough School of Business (Georgetown University) desde 2016. Miembro del Supervisory Board de Iris Ventures (VC). Participación activa en diferentes organizaciones del ámbito ESG: miembro del Patronato de Fundación Empresa y Clima, y participación en varios *task force* sobre clima de renombre internacional.

Rafael Cerezo

Miembro del Consejo desde 2011

Formación:

Licenciado en Economía (London School of Economics) y MBA (Universidad de Columbia).

Trayectoria profesional:

The Boston Consulting Group.

Otros:

Miembro del Consejo de Administración de Isdin, del Consejo Asesor de Exea Empresarial y del Patronato de la Foundation for the Development of Youth.

Patrick Raji Chalhoub

Miembro del Consejo desde 2020

⁹⁰ Endeavour es la comunidad líder mundial de apoyo a emprendedores de alto impacto.

Formación:

Licenciado en Económicas y Finanzas (École Supérieure de Commerce, París) y licenciado en Ciencias Políticas (Instituto de Estudios Políticos de París).

Trayectoria profesional:

Chalhoub Group.

Posición en 2023:

CEO Grupo Chalhoub.

Otros:

Miembro del Consejo del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y de la delegación local de Endeavor⁹⁰ en EAU, así como Miembro del Consejo de la Cámara de Comercio de Dubai y de la Universidad Americana de Sharjah. Galardonado por el gobierno francés con la Orden Nacional del Cedro del Líbano, así como con la Medalla de Caballero de la Orden Nacional del Mérito y miembro de la Orden Nacional de la Legión de Honor (Francia).

Jordi Constans

Miembro del Consejo desde 2013

Formación:

Licenciado en Economía (Universidad de Barcelona), PDG Programa de Dirección General (IESE) y ADE Dirección de Empresas (ESADE).

Trayectoria profesional:

Danone, Louis Vuitton.

Otros:

Miembro de los Consejos de Administración de Fluidra y Mango.

Ángeles García-Poveda

Miembro del Consejo desde 2023

Formación:

Licenciada en Estudios Empresariales Europeos (ICADE – Universidad Pontificia de Comillas, Madrid y NEOMA, Reims), Business Case Study Program (Harvard University).

Trayectoria profesional:

Presidenta del Consejo de Administración de Legrand S.A., Spencer Stuart, Boston Consulting Group (BCG), A.B. Asesores Bursátiles (Madrid).

Otros:

Miembro del Consejo de Administración de Edenred S.A., Bridgepoint plc, escuela de negocios NOEMA e Institut de la Finance Durable (IFD). Miembro del Comité Ejecutivo de Medef (Mouvement des Entreprises de France). Miembro del Consejo Asesor de la Iniciativa de Gobernanza Climática (CGI) – Foro Económico Mundial.

**Daniel Lalonde**

Miembro del Consejo desde 2019

Formación:

Licenciado con Honores en Matemáticas (Universidad de Waterloo, Canadá) y MBA (INSEAD).

Trayectoria profesional:

Nespresso, Louis Vuitton, Moët & Chandon/Dom Perignon, Ralph Lauren y SMCP (Sandro, Maje, Claudie Pierlot).

Posición en 2023:

CEO y Director en Design Holdings, líder global en diseño de lujo, desde octubre de 2021.

Otros:

Miembro del Consejo de Administración de Altgamma y Design Holding SPA. Miembro del Consejo Asesor de INSEAD.

Christine A. Mei

Miembro del Consejo desde 2023

Formación:

Grado en Ingeniería Química (The University of Texas) y MBA (Rice University).

Trayectoria profesional:

The Cozabe Group, Gathered Foods, Beiersdorf, Royal Philips, Coca-Cola, Dow, Click2Asia.com, Nike, Procter & Gamble.

Posición en 2023:

Directora en The Cozable Group desde 2019. Profesora de Prácticas en The University of Texas, Escuela de Ingeniería Cockrell desde agosto de 2023.

Otros:

Miembro del Consejo de Administración de SKU. Exmiembro de los Consejos de Naturally Austin y Gathered Foods, y del Consejo Asesor de dos *startups* (Redway International Limited and Asian Urgent Care Development).

Nicolas Mirzayantz

Miembro del Consejo desde 2023

Formación:

Máster en Economía (University Panthéon-Assas, París, Francia), International Executive Program (INSEAD) y Executive Program (Singularity University, Palo Alto, EE. UU.).

Trayectoria profesional:

International Flavors & Fragrances, Inc.

Otros:

Miembro de la Junta Directiva de Coca-Cola Europacific Partners plc (CCEP). Miembro de la Junta de Gobierno de We Are Family Foundation. Cultural Leader en el Foro Económico Mundial, Davos (2013). Anteriormente, ocupó cargos en las juntas directivas de la International Fragrance Association (IFRA) y del Research Institute for Fragrance Materials (RIFM), y fue vicepresidente y miembro del Consejo Asesor de la Industria en el programa de máster de Fashion Institute of Technology (FIT).

Josep Oliu

Miembro del Consejo desde 2011

Formación:

Licenciado en Economía (Universidad de Barcelona) y Doctor en Economía (Universidad de Minnesota).

Trayectoria profesional:

Banco Sabadell.

Otros:

Presidente del Consejo de Administración de Banco Sabadell. Presidente de Exea Empresarial. Miembro del Patronato de la Fundación Princesa de Asturias y del Patronato de la Fundación Princesa de Girona. Vocal de FEDEA (Fundación de Estudios de Economía Aplicada).

Yiannis Petrides

Miembro del Consejo desde 2011

Formación:

Licenciado en Economía y Política (Universidad de Cambridge) y MBA (Harvard Business School).

Trayectoria profesional:

Procter & Gamble, PepsiCo.

Otros:

Consejero industrial senior de Triton Partners Private Equity, director independiente principal y presidente del Comité de Remuneración y Compensación de Mytilineos S.A., miembro del Consejo de Administración de CYPET. Anterior presidente de Refresco BV y de Wind Hellas, vicepresidente de Campofrio Food Group y presidente de su Comité Estratégico y de Auditoría.

**Jordi Puig**

Miembro del Consejo desde 2020

Formación:

Licenciado en Ciencias Económicas (Universidad de Barcelona).

Trayectoria profesional:

PepsiCo, In-Store Media Group, **Puig**, Muji, Lupp Solutions.

Posición en 2023:

Presidente de Lupp Solutions.

Otros:

Miembro de los Consejos de Administración de Exea Empresarial y de Flamasats, y miembro de los patronatos de Fundación **Puig** y de la Escuela Betània Patmos. Presidente del Real Club Náutico de Barcelona desde 2022.

Marian Puig

Miembro del Consejo desde 2020

Formación:

Licenciado en Ingeniería Química (Instituto Químico de Sarriá, Barcelona) y MBA (IMD Business School, Lausanne).

Trayectoria profesional:

Presidente y Consejero Delegado de Paco Rabanne (1991–1996). Co-Presidente de **Puig** y Presidente de Nina Ricci (1996–2002). Consejero Delegado de Isdin desde 2002 y Presidente del Consejo de Administración desde 2016.

Otros:

Desde 2001 es miembro del Consejo de Bank Degroof Petercam España, pasando a ser vicepresidente en 2010, y presidente de Wealthprivat Management Bank, miembro del consejo de Andbank España. Vicepresidente del Patronato del Instituto Químico de Sarriá (IQS) de Barcelona, ex miembro del Patronato del TNC (Teatro Nacional de Cataluña). Miembro del Patronato de la Fundación Princesa de Girona desde 2010, miembro del International Advisory Council de Brookings Institution (Washington) desde 2013 y miembro de Barcelona Global desde 2012, llegando a ser presidente en 2014, y presidente de honor desde 2016. Miembro del Patronato de ESADE desde 2021.

Xavier Puig

Miembro del Consejo desde 2020

Formación:

Licenciado en Económicas y MBA (ESADE, Barcelona).

Trayectoria profesional:

Sheaffer Eaton Pittsfield, Polyflame France, Casio, Flamasats.

Posición en 2023:

Presidente de Flamasats desde 2002.

Otros:

Miembro del Consejo de Administración de Exea Empresarial, presidente del Consejo de Familia **Puig** y de la Fundación **Puig** y miembro del Consejo Asesor Banco Santander en Cataluña (España).



Anexo 2: Indicadores medioambientales

Criterios para el cálculo de la huella de carbono

Puig calcula su huella de carbono (alcances 1, 2 y 3) de acuerdo con los estándares: Accounting and Reporting Standard, GHG Protocol y la Norma UNE-EN-ISO14064.

El cálculo de la huella de carbono comprende el 100% del negocio de **Puig**. Cuando no se dispone de datos primarios, se realiza una estimación basada en indicadores internos predefinidos con anterioridad para cada categoría en función de los datos históricos, la experiencia en nuestra actividad y otros indicadores económicos del negocio. En 2023 se ha llevado a cabo un estudio en profundidad sobre los factores de emisión de referencia. Todas las comparaciones de esta Memoria se realizan contra los datos recalculados de 2022.

Todos los factores de emisión utilizados para el cálculo de emisiones se basan en estándares de referencia (DEFRA Guidelines, EPA, SIMAPRO Equivalent 3, CEDA, V6, etc.) que se actualizan anualmente.

Huella de carbono (tCO₂e) – desglose por alcances y categorías

	2022 ⁹¹		2023		23/22
Categorías	Emisiones de GEI	% Sobre el total	Emisiones de GEI	% Sobre el total	
Alcance 1					
Combustión estacionaria	2.330		2.205		-5%
Combustión móvil	2.889		1.848		-36%
Refrigerantes	134		127		-5%
Total alcance 1	5.353	0,9%	4.180	0,6%	-22%
Alcance 2					
Electricidad *	1.310		2.248		72%
Vapor y calefacción	11		21		91%
Total alcance 2	1.321	0,2%	2.269	0,3%	72%
Alcance 3					
Cat 1 – Adquisición de bienes y servicios	484.424		512.680		6%
Cat 2 – Bienes de capital	14.790		22.618		53%
Cat 3 – Actividades relacionadas con la producción de energía	2.485		2.688		8%
Cat 4 – Transporte distribución aguas arriba	69.383		81.418		17%
Cat 5 – Generación de residuos durante las operaciones	1.208		1.458		21%
Cat 6 – Viajes de trabajo	8.455		6.901		-18%
Cat 7 – Desplazamiento casa-trabajo de los profesionales	5.225		6.262		20%
Cat 8 – Activos arrendados por la organización	779		800		3%
Cat 9 – Transporte y distribución aguas abajo	5.990		8.622		44%
Cat 10 – Procesamiento de productos vendidos	0,26		0,50		92%
Cat 11 – Uso de productos vendidos	No relevante		No relevante		
Cat 12 – Residuos derivados de los productos vendidos	5.474		5.919		8%
Cat 13 – Activos arrendados a la organización	68		70		3%
Cat 14 – Franquicias	45		38		-16%
Cat 15 – Inversiones	7.257		5.984		-18%
Total alcance 3	605.583	98,9%	655.458	99,1%	8%
Total Puig	612.257		661.907		8%



(* page 163) Alcance 2 - Electricidad: datos reportados según el método *market based*. Byredo, Kama Ayurveda, Loto del Sur reportados con 100% datos estimados en base a ingresos netos.

⁹¹ Recálculo.

⁹² Cálculo *location-based* de 2022 no se reportó en la Memoria de ese año y se ha calculado para el reporte de 2023.

Siguiendo las mejores prácticas, **Puig** calcula sus emisiones de alcance 2 tanto en base al método *location-based* (considerando el mix energético general de cada país), como al *market-based* (considerando específicamente el mix de cada comercializadora de energía con la que se contrata), permitiendo así conocer el impacto que tiene la compra de energía renovable.

Emisiones [tCO₂e] del alcance 2

	Cálculo <i>location-based</i>	Cálculo <i>market-based</i>
2022	4.584 ⁹²	1.321
2023	4.035	2.269

Evolución y comentarios a la huella 2023

La mayoría de las categorías o bien aumentan por debajo del crecimiento del negocio o bien decrecen. En ambos casos se trata de un buen indicador de los resultados positivos de las medidas implementadas para disminuir la ratio de tCO₂e sobre ingresos netos y los esfuerzos de **Puig** por contribuir a frenar el calentamiento global.

Sin embargo, añadimos algunos comentarios a categorías concretas que tienen un impacto relevante:

Alcance 1	Combustión móvil	<p>Decremento fruto de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la flota de vehículos 100% eléctricos e híbridos. • Mayor volumen de datos primarios.
Alcance 3	Cat. 2 – Bienes de capital	<p>Resultado de un mayor volumen de inversiones en el año.</p>
	Cat. 4 – Transporte y distribución aguas arriba	<p>Los incrementos de mayor impacto en esta categoría se deben a la convergencia de diferentes factores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento relevante (+65%) de la huella del transporte por carretera en el negocio de fragancias, que supone un 57% del total de la categoría, fruto de: <ul style="list-style-type: none"> • Incremento del 21% de los kilómetros recorridos. • Incremento del 5% del peso transportado. • Incremento medio del 16% de los factores de emisión de referencia (DEFRA) en esta categoría para 2023, principalmente los de transporte internacional y aéreo, por la revisión del gobierno británico. • Inclusion of well-to-tank emissions.
	Cat. 9 – Transporte y distribución aguas abajo	<p>Inclusión de emisiones <i>well-to-tank</i> y actualizaciones de factores de emisión.</p>

Tabla de consumos⁹³

Consumos*	Unidad	2022 ⁹⁴	2023	% 23-22
Alcance 1				
Gas natural	kWh	7.430.106,8	7.417.647,5	-0,2%
Gas propano	kWh	1.929.568,4	1.986.587,8	3,0%
Fuel oil	kWh	0,0	0,0	
Diesel/gasoil	kWh	1.251.953,5	1.096.459,3	-12,4%
Biomasa**	kWh	1.288.200,6	1.201.820,0	-6,7%
Total consumo de energía primaria	kWh	11.899.829,3	11.702.514,6	-1,7%
Alcance 2				
Electricidad	kWh	24.466.313,6	25.640.152,0	4,8%
Electricidad renovable**	kWh	20.373.959,4	20.952.030,0	2,8%
Vapor y calefacción***	kWh	64.626,6	117.211,0	81,4%
Alcance 3 – Categoría 1				
Agua	m3	272.476,8	285.042,4	4,6%
Papel	kg	550.039,9	403.493,7	-26,6%
Energía renovable (A1+A2): electricidad + biomasa	%	59,5%	59,1%	

⁹³ Los datos verificados presentados en la Memoria 2022 fueron los siguientes:

Alcance 1	Total consumo de energía	kWh	12.119.827
Alcance 2	Electricidad	kWh	23.088.153
	Vapor y calefacción	kWh	64.752
Alcance 3	Agua	m3	258.559
	Papel	kg	309.869

⁹⁴ Recálculo.

(*) Consumos 2022 calculados en base a un 62% de datos primarios.

(**) Energía renovable calculada sobre datos primarios. Se ha estimado que no hay consumo de energía renovable aparte de la calculada con los datos primarios.

(***) El concepto Vapor y calefacción no es material en Puig. El incremento de 2023 se debe a un mayor volumen de datos primarios.



Generación de residuos*

	2022 ⁹⁵		2023	
	kg	%	kg	%
Residuos (datos primarios)	3.421.058	92%	3.475.047	92%
Residuos (datos estimados)	314.437	8%	307.548	8%
Total	3.735.495		3.782.595	
Residuos peligrosos	401.661		348.583	
Residuos no peligrosos	3.019.397		3.126.464	
Papel y cartón	1.178.969		1.302.752	
Bandejas de plástico	113.263		123.405	
Residuos generales	414.603		345.758	
Lodos de depuradora	237.540		304.800	
Vidrio	158.725		130.506	
Plástico	630.270		743.414	
Otros	286.027		175.829	

(*) Los datos de residuos no son comparables año a año ya que el volumen de datos primarios y datos estimados varía en función de la disponibilidad de los primeros. Estimaciones realizadas en base a los indicadores internos.

Datos estimados de Uriage y las cinco marcas de moda.

El concepto otros incluye, por ejemplo, residuos metálicos, orgánicos, biodegradables, etc.

En línea con la presentación de un nuevo cálculo de la huella de carbono, los datos de generación de residuos (necesarios para calcular el alcance 3, categoría 5) han variado respecto a los presentados en la Memoria 2022 (-14%)⁹⁶.

(**) Incluye únicamente la actividad de fragancias y los productos de Apivita vendidos en Grecia.

⁹⁵ Recálculo.

⁹⁶ El total de residuos presentados en la Memoria 2022 fue de 4.355.229,9 kg.

A partir del recálculo de 2022 el desglose en peligrosos y no peligrosos y las subcategorías solo se realiza en base a datos primarios.

Consumo de materias primas*

	Unidad	2022	2023
Vidrio	kg	17.542.391	23.007.346
Papel	kg	8.762.439	9.367.689
Alcohol	Litros	7.017.401	6.472.683
Plástico	kg	5.514.007	3.515.192
Aluminio	kg	88.701	5.563.541
Otros**	kg	4.779.669 ⁹⁷	201.029

(*) Consideramos materia prima: sustancia natural o artificial que se transforma industrialmente para crear un producto.

(**) Incluye únicamente la actividad de fragancias y los productos de Apivita vendidos en Grecia.

⁹⁷ El concepto Otros en 2022 incluye 4.733.298 kg de aluminio. A partir de 2023 se reporta como una categoría de materias primas independiente.

El consumo de materias primas por parte de terceros para la fabricación de productos de **Puig** no está incluido. Tenemos previsto incorporar el consumo de materias primas del negocio de moda en el informe de 2024.



PUIG
100
ANNÉES
D'UNE
ENTREPRISE
FAMILIAL

2023

Anexo 3: Indicadores de gestión de personas

Indicadores sobre los trabajadores de Puig

Plantilla por categoría profesional y género a cierre de año

	Mujeres		Hombres		No declarado / No binario		Total	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Top Executives	81	107	107	111	1	2	189	220
Marketing y ventas	1.981	2.316	539	652	16	61	2.536	3.029
Brand Ambassadors	3.092	3.617	647	813	33	19	3.772	4.449
Empleados técnicos	1.406	1.667	744	893	12	43	2.162	2.603
Personal administrativo	103	113	7	22	—	2	110	137
Producción	429	388	340	298	—	—	769	686
Total	7.092	8.208	2.384	2.789	62	127	9.538	11.124



Plantilla por tipo de contrato y categoría profesional a cierre de año

2023 Tiempo parcial							
	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassadors	Personal técnico	Personal administrativo	Producción	
Contrato indefinido	—	46	863	63	5	60	1.037
Contrato temporal	—	8	504	11	2	8	533
Total	—	54	1.367	74	7	68	1.570
2023 Tiempo completo							
	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassadors	Personal técnico	Personal administrativo	Producción	
Contrato indefinido	220	2.721	2.848	2.388	117	600	8.894
Contrato temporal	—	254	234	141	13	18	660
Total	220	2.975	3.082	2.529	130	618	9.554
2022 Tiempo parcial							
	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassadors	Personal técnico	Personal administrativo	Producción	
Contrato indefinido	—	36	777	57	5	76	951
Contrato temporal	—	6	426	6	—	8	446
Total	—	42	1.203	63	5	84	1.397
2022 Tiempo completo							
	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassadors	Personal técnico	Personal administrativo	Producción	
Contrato indefinido	189	2.316	2.462	1.983	101	675	7.726
Contrato temporal	—	178	107	116	4	10	415
Total	189	2.494	2.569	2.099	105	685	8.141

Consideramos tiempo parcial: cualquier profesional que no trabaje de forma efectiva el 100% de la jornada.

Plantilla por tipo de contrato y edad a cierre de año

Tiempo Parcial										
Mujeres			Hombres			No declarado / No binario				
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Total
< 30	450	337	787	52	28	80	7	3	10	877
30-50	392	86	478	43	11	54	0	2	2	534
> 50 años	88	60	148	5	6	11	0	0	0	159
Total	930	483	1.413	100	45	145	7	5	12	1.570

Tiempo Completo										
Mujeres			Hombres			No declarado / No binario				
	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Contrato fijo	Contrato temporal	Total	Total
< 30	1.757	384	2.141	555	81	636	53	2	55	2.832
30-50	3.682	132	3.814	1.614	29	1.643	55	2	57	5.514
> 50 años	815	25	840	360	5	365	3	0	3	1.208
Total	6.254	541	6.795	2.529	115	2.644	111	4	115	9.554



Plantilla por país a cierre de año

	2022	2023		2022	2023
Alemania	183	230	India	447	565
Arabia Saudí	123	140	Irlanda	202	222
Argentina	163	175	Italia	144	187
Australia	112	145	Japón	25	34
Austria	6	6	Kuwait	1	—
Bélgica	160	177	Macao	11	20
Brasil	305	337	México	285	307
Canadá	14	18	Países Bajos	98	130
Chile	236	266	Panamá	29	—
China	402	528	Perú	115	112
Colombia	172	201	Polonia	—	10
Corea del Sur	2	5	Portugal	65	74
EAU	98	130	Reino Unido	1.696	2.024
España	1.821	2.064	Singapur	56	63
Estados Unidos	468	605	Suecia	80	72
Federación Rusa	72	68	Suiza	89	104
Francia	1.387	1.591	Taiwan	33	47
Grecia	294	310			
Hong Kong	144	157	Total	9.538	11.124

Número de despidos del año

Por género				
	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total
2022	274	88	0	362
2023	270	90	0	360
23/22	-1%	2%		-1%

Por tramo de edad				
	< 30 años	30-50 años	> 50 años	Total
2022	75	224	63	362
2023	95	220	45	360
23/22	27%	-2%	-29%	-1%

Por categoría profesional							
	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassadors	Personal técnico	Personal administrativo	Producción	Total
2022	2	98	176	59	2	25	362
2023	3	111	183	41	9	13	360

Se ha calculado el promedio considerando el tiempo real trabajado en el año (FTE).

Distribución promedio de los profesionales⁹⁸

2023			
Por categoría profesional			
	Indefinido	Temporal	Total
Top Executives	217	1	218
Marketing y ventas	2.643	189	2.832
Brand Ambassadors	3.090	267	3.357
Personal técnico	2.304	119	2.423
Personal administrativo	121	8	129
Producción	635	18	653
Total	9.010	602	9.612

Por tramo de edad			
	Indefinido	Temporal	Total
< 30 años	2.269	400	2.669
30 - 50 años	5.514	150	5.664
> 50 años	1.227	52	1.279
Total	9.010	602	9.612

Por género			
	Indefinido	Temporal	Total
Mujeres	6.512	505	7.017
Hombres	2.429	93	2.522
No declarado / No binario	69	4	73
Total	9.010	602	9.612

⁹⁸ No se dispone de la distribución promedio de los profesionales a tiempo parcial.

2022

Por categoría profesional

Top Executives	191
Marketing y ventas	2.474
Brand Ambassadors	3.360
Personal técnico	1.969
Personal administrativo	105
Producción	745
Total	8.844

Por tramo de edad

< 30 años	2.612
30-50 años	5.052
> 50 años	1.180
Total	8.844

Por género y tipo de contrato

	Indefinido	Temporal	Total
Mujeres	5.877	665	6.542
Hombres	2.172	93	2.265
No declarado / No binario	32	5	37
Total	8.081	763	8.844



Remuneraciones medias (€)

	Global
2022	49.392
2023	52.041

Por género			
	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario
2022	45.118	61.231	68.811
2023	47.969	61.731	94.607

Por tramo de edad			
	< 30 años	30-50 años	> 50 años
2022	30.222	54.772	68.121
2023	31.949	57.837	74.017

Por categoría profesional						
	Top Executives	Marketing y ventas	Brand Ambassadors	Personal técnico	Personal administrativo	Producción
2022	324.425	67.059	20.570	58.946	50.692	32.793
2023	339.597	69.425	22.091	60.526	51.676	33.949

Calculadas considerando únicamente el salario base, los bonus y los *allowances* y solo para los empleados fijos a 31 de diciembre.

Remuneración media de consejeros y directivos (€)

	2022 ⁹⁹	2023
Mujeres	n/d	484.704
Hombres	n/d	618.836
Salario base + programa de incentivos	528.856	552.906

⁹⁹ Desglose de información no reportado para 2022.

Los programas de incentivos incluyen: retribución variable, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción.

Brecha salarial

	2022	2023
Global	3,4%	2,6%
Top Executives	-1,9%	1,1%
Otros	3,5%	2,6%

¹⁰⁰ El sistema HAY es uno de los métodos más utilizados de valoración de puestos.

¹⁰¹ La diferencia en la brecha salarial de los Top Executives entre 2022 y 2023 se debe al incremento en el número de empleados de este rango y en la promoción de algunos de ellos.

Para asegurar la comparabilidad a la hora de calcular la brecha, esta se ha calculado teniendo en cuenta solo el salario base de los empleados fijos con nivel HAY^{100, 101}.

Brecha calculada con el salario medio por género de cada nivel HAY de la organización, al que se aplica la fórmula $1 - (\text{salario mujeres} / \text{salario hombres})$ y posteriormente se pondera por el peso de cada nivel.

Permisos maternidad y paternidad

	2022	2023
Maternidad	179	268
Paternidad	46	51

Número de personas con discapacidad a cierre de año¹⁰²

	2022	2023
Mujeres	39	144
Hombres	10	22
No declarado / No binario	0	0

¹⁰² A diferencia del año anterior, se incluye datos de todas las unidades de negocio de Puig.

Número de horas de absentismo (en aquellos centros con control de presencia)¹⁰³

	Total horas contratadas	Total horas perdidas	% ¹⁰⁴
2022	3.201.324	61.142	1,9%
2023 ¹⁰⁵	17.313.117	697.946	4,0%

¹⁰³ Incluido en este concepto: accidentes de trabajo, enfermedad profesional, baja por enfermedad, visitas médicas, permisos maternales y paternales, otros permisos (incluyendo las horas sindicales).

¹⁰⁴ Porcentaje de horas perdidas sobre el total de horas contratadas.

¹⁰⁵ A diferencia del año anterior, se incluye datos de todas las unidades de negocio de Puig.

Indicadores de salud y seguridad¹⁰⁶

Número de accidentes

	Con baja				Sin baja			
	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total
2022	n/d	n/d	n/d	55	n/d	n/d	n/d	120
2023	52	11	0	63	77	18	0	95
23/22				15%				-21%

Índice de frecuencia de accidentes de trabajo (IF)

	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total
2022	4,28	3,24	n/d	4,02
2023	4,24	2,42	0,00	3,71
23/22	-1%	-25%		-8%

N.º jornadas perdidas por accidentes de trabajo * 1.000 / N.º total de horas trabajadas

Índice de gravedad (IG)

	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total
2022	0,08	0,26	n/d	0,13
2023	0,08	0,10	0,00	0,09
23/22	-- %	-61%		-33%

N.º jornadas perdidas por accidentes de trabajo * 1.000 / N.º total de horas trabajadas

Enfermedades profesionales

	Mujeres	Hombres	No declarado / No binario	Total
2022	1	1	n/d	2
2023	3	0	0	3
23/22	200%	-100%		50%

¹⁰⁶ Para los datos de 2022, excluye Byredo, Kama Ayurveda y Loto del Sur.



Anexo 4: Normas ISO Certificaciones disponibles en **Puig**

Certificación	Unidad
ISO 9001:2015 de Gestión de la Calidad	<ul style="list-style-type: none">• Torre Puig-T1 (España)• Champs-Élysées (Francia)• Planta de Alcalá de Henares (España)• Planta de Vacarisses (España)• Planta de Chartres (Francia)
ISO 14001:2015 de Gestión Medioambiental	<ul style="list-style-type: none">• Torre Puig-T1 (España)• Champs-Élysées (Francia)• Planta de Alcalá de Henares (España)• Planta de Vacarisses (España)• Planta de Chartres (Francia)
ISO 45001:2018 de Seguridad y Salud en el Trabajo	<ul style="list-style-type: none">• Torre Puig-T1 (España)• Champs-Élysées (Francia)• Planta de Alcalá de Henares (España)• Planta de Vacarisses (España)• Planta de Chartres (Francia)
ISO 22716: 2008 de Buenas Prácticas en la Fabricación de la industria cosmética	<ul style="list-style-type: none">• Planta de Alcalá de Henares (España)• Planta de Vacarisses (España)• Planta de Chartres (Francia)• Planta de Échirolles y Uriage-les-Bains (Francia)• Planta de Markopoulo (Grecia)• Planta de Coimbatore (India)

Anexo 5: Estándares internacionales de referencia

Índice de contenidos requeridos por la ley 11/2018

Cuestiones generales

Ámbitos	Marco de <i>reporting</i>	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Breve descripción del modelo de negocio del grupo (entorno empresarial)	GRI 2-1 Detalles organizacionales GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	02. Perfil de la compañía • Un hogar de marcas deseadas	
Organización y estructura	GRI 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-9 Estructura de gobernanza y composición	02. Perfil de la compañía • Un hogar de marcas deseadas • Gobierno corporativo 05. Anexo 1: Trayectoria profesional de los miembros del Consejo de Administración 07. Marco de la Memoria	
Mercados en los que opera	GRI 2-1 Detalles organizacionales GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	02. Perfil de la compañía • Un hogar de marcas deseadas: Presencia geográfica 03. Performance • Segmentos de negocio • Segmentos geográficos • Canales	
Objetivos y estrategias	GRI 2-23 Compromisos y políticas	02. Perfil de la compañía • Contexto de negocio 04. Compromiso con la sostenibilidad • Agenda ESG 2030	
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	02. Perfil de la compañía • Contexto de negocio	
Marco de <i>reporting</i> utilizado	Estándares GRI seleccionados GRI 2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto GRI 2-5 Verificación externa	07. Marco de la Memoria 08. Informe de verificación	
Análisis de materialidad	GRI 3-1 Proceso de determinación de los temas materiales GRI 3-2 Lista de temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Materialidad	



Ámbitos	Marco de reporting	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Enfoque de gestión			
Políticas y sus resultados	GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Agenda ESG 2030 • Social: Las personas en Puig • Gobernanza 	
Riesgos y su gestión	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Gobernanza: Materialidad 	

Cuestiones medioambientales

Ámbitos	Marco de reporting	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Agenda ESG 2030 • Medioambiente: El camino al net zero y la contribución al 1,5 °C 	
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Medioambiente: Gestión responsable de los proveedores • Medioambiente: Eficiencia 05. Anexo 4: Normas ISO	
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Agenda ESG 2030 • Gobernanza: Materialidad 	
Aplicación del principio de precaución	GRI 2-23 Compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Agenda ESG 2030 	
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Medioambiente: Eficiencia • Gobernanza: Modelo de gestión de riesgos 	
Contaminación Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica)	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Agenda ESG 2030 • Medioambiente: El camino al net zero y la contribución al 1,5 °C • Medioambiente: Circularidad • Medioambiente: Eficiencia 	El ruido y la contaminación lumínica no es material por el tipo de actividad y la ubicación de las fábricas de Puig .

Ámbitos	Marco de reporting	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Economía circular y prevención y gestión de residuos			
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 306-3 (2020) Residuos generados	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> Medioambiente: Productos responsables y sostenibles Medioambiente: Circularidad 	
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales		No material por el tipo de actividad de Puig.
Uso sostenible de los recursos			
Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 303-3 Extracción de agua	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> Medioambiente: Eficiencia 05. Anexo 2: Indicadores Medioambientales	
Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> Medioambiente: Productos responsables y sostenibles Medioambiente: Circularidad Gobernanza: Materialidad 05. Anexo 2: Indicadores Medioambientales	
Consumo, directo e indirecto, de energía	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> Medioambiente: Eficiencia 05. Anexo 2: Indicadores Medioambientales	
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> Medioambiente: Eficiencia 	
Uso de energías renovables	GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> Medioambiente: Eficiencia 05. Anexo 2: Indicadores Medioambientales	
Cambio climático			
Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2) GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> Medioambiente: El camino al net zero y la contribución al 1,5 °C 05. Anexo 2: Indicadores Medioambientales	
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> Agenda ESG 2030 	
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	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> Agenda ESG 2030 	
Protección de la biodiversidad			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> Agenda ESG 2030 Medioambiente: Naturaleza y biodiversidad 	
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas			No material por la ubicación de los centros de Puig.



Cuestiones sociales y relativas al personal

Ámbitos	Marco de reporting	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 gobierno y empleados	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig 05. Anexo 3: Indicadores de gestión de personas – Indicadores sobre los trabajadores de Puig	
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 2-7 Empleados	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig 05. Anexo 3: Indicadores de gestión de personas – Indicadores sobre los trabajadores de Puig	
Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	GRI 2-7 Empleados Criterio interno	05. Anexo 3: Indicadores de gestión de personas – Indicadores sobre los trabajadores de Puig	
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	05. Anexo 3: Indicadores de gestión de personas – Indicadores sobre los trabajadores de Puig	
Remuneración media por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	Criterio interno	05. Anexo 3: Indicadores de gestión de personas – Indicadores sobre los trabajadores de Puig	
Brecha salarial	Criterio interno	05. Anexo 3: Indicadores de gestión de personas – Indicadores sobre los trabajadores de Puig	
Remuneración media de los consejeros y directivos por sexo (incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción)	Criterio interno	05. Anexo 3: Indicadores de gestión de personas – Indicadores sobre los trabajadores de Puig	
Implantación de políticas de desconexión laboral	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Organización del tiempo de trabajo y medidas de conciliación	
Empleados con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Igualdad, diversidad e inclusión 05. Anexo 3: Indicadores de gestión de personas – Indicadores sobre los trabajadores de Puig	

Ámbitos	Marco de reporting	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Organización del trabajo			
Organización del tiempo de trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Organización del tiempo de trabajo y medidas de conciliación	
Número de horas de absentismo	Criterio interno	05. Anexo 3: Indicadores de gestión de personas – Indicadores sobre los trabajadores de Puig	
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Organización del tiempo de trabajo y medidas de conciliación	
Salud y seguridad			
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Salud y seguridad	
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	GRI 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo IF= N.º accidentes de trabajo con baja * 1.000.000 / N.º total de horas trabajadas IG= N.º jornadas perdidas por accidentes de trabajo * 1.000 / N.º total de horas trabajadas	05. Anexo 3: Indicadores de gestión de personas – Indicadores de salud y seguridad	
Relaciones sociales			
Organización del diálogo social (incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos)	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Relaciones y diálogo social	
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Relaciones y diálogo social	
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Salud y seguridad • Social: Las personas en Puig – Relaciones y diálogo social	
Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación.	GRI 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Salud y seguridad • Social: Las personas en Puig – Relaciones y diálogo social	



Ámbitos	Marco de reporting	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Formación			
Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Formación	
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	Criterio interno	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Formación	
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Igualdad, diversidad e inclusión	
Igualdad			
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Igualdad, diversidad e inclusión	
Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig 04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Igualdad, diversidad e inclusión	
Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Igualdad, diversidad e inclusión	
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Igualdad, diversidad e inclusión	

Información sobre el respeto de los Derechos Humanos

Ámbitos	Marco de reporting	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Gestión de los Derechos Humanos	
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Gestión de los Derechos Humanos	
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Criterio interno	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Gestión de los Derechos Humanos • Gobernanza: <i>Compliance</i>	
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	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Gestión de los Derechos Humanos	
Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Igualdad, diversidad e inclusión • Gobernanza: Gestión de los Derechos Humanos	
Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Gestión de los Derechos Humanos	
Abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Gestión de los Derechos Humanos	

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

Ámbitos	Marco de reporting	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: <i>Compliance</i>	
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: <i>Compliance</i>	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Acciones para maximizar el impacto	



Información sobre la sociedad

Ámbitos	Marco de reporting	Sección del informe	Comentarios / Razón de la omisión
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			
Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Acciones para maximizar el impacto	
Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Acciones para maximizar el impacto	
Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Acciones para maximizar el impacto	
Acciones de asociación o patrocinio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Compromiso fiscal	
Subcontratación y proveedores			
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad: • Agenda ESG 2030 • Medioambiente: Gestión responsable de proveedores	
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	04. Compromiso con la sostenibilidad: • Agenda ESG 2030. • Medioambiente: Gestión responsable de proveedores.	
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales Criterio interno	04. Compromiso con la sostenibilidad: • Medioambiente: Gestión responsable de proveedores.	
Consumidores			
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Igualdad, diversidad e inclusión	
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 2-16 Comunicación de inquietudes críticas GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos Criterio interno	04. Compromiso con la sostenibilidad • Social: Las personas en Puig – Relación con nuestros consumidores	
Información fiscal			
Beneficios obtenidos país por país	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Compromiso fiscal	
Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Compromiso fiscal	
Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	04. Compromiso con la sostenibilidad • Gobernanza: Compromiso fiscal	

Tabla de referencias SASB

Temas de divulgación sobre sostenibilidad y parámetros de contabilidad

Parámetro de contabilidad	Categoría	Unidad de medida	Código SASB	Cierre 2023	Perímetro (segmentos negocio Puig)
Gestión del agua					
Total de agua extraída	Cuantitativo	Mil metros cúbicos (m³), porcentaje (%)	CG-HP-140a.1	97.398,02	Fábricas* *No incluye Kama
Total de agua consumida	Cuantitativo	Mil metros cúbicos (m³), porcentaje (%)	CG-HP-140a.1	54.888,16	Fábricas* *No incluye Kama
% de cada una en regiones con un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto	Cuantitativo	Mil metros cúbicos (m³), porcentaje (%)	CG-HP-140a.1	34%	Fábricas* *No incluye Kama
Descripción de los riesgos de la gestión del agua y análisis de las estrategias y las prácticas para mitigarlos	Debate y análisis	n/d	CG-HP-140a.2	Discusión disponible *Memoria Puig 2023. 04. Compromiso con la sostenibilidad; Medioambiente; Eficiencia. Respuestas Puig al CDP Water 2023	Puig
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	Fragancias
Análisis del proceso de identificación y gestión de nuevos materiales y sustancias químicas de interés	Debate y análisis	n/d	CG-HP-250a.3	Discusión disponible *Memoria Puig 2023. 04. Compromiso con la sostenibilidad; Medioambiente; Productos responsables y sostenibles.	Puig
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	



Parámetro de contabilidad	Categoría	Unidad de medida	Código SASB	Cierre 2023	Perímetro (segmentos negocio Puig)
Gestión del ciclo de vida de los envases					
Peso total de los envases	Cuantitativo	Toneladas métricas (t), porcentaje (%)	CG-HP-410a.1	38,203.21 t	Fragancias *No incluye Byredo
% reciclable, reutilizable o compostable	Cuantitativo	Toneladas métricas (t), porcentaje (%)	CG-HP-410a.1	10.20%	Fragancias *No incluye Byredo y solo considera el PCR utilizado en la fabricación
% reciclable, reutilizable o compostable	Cuantitativo	Toneladas métricas (t), porcentaje (%)	CG-HP-410a.1	Puig no reporta este indicador	
Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes a lo largo de su ciclo de vida	Debate y análisis	n/d	CG-HP-410a.2	Discusión disponible *Memoria Puig 2023. 04. Compromiso con la sostenibilidad; Medioambiente; Productos responsables y sostenibles / Circularidad.	Puig
Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro del aceite de palma					
Cantidad de aceite de palma obtenido, porcentaje certificado a través de las cadenas de suministro de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO) como: a) Identidad preservada, b) Segregación, c) Balance de masas, o d) Registro y Reclamo	Cuantitativo	Toneladas métricas (t), porcentaje (%)	CG-HP-410a.1	(c) 99% RSPO Blance de masas o superior	Fragancias y Apivita *Compras directas para Apivita y terceros para Fragancias

Parámetros de actividad

Parámetro de contabilidad	Categoría	Unidad de medida	Código SASB	Cierre 2023	Perímetro (segmentos negocio puig)
Unidades de producto vendidas, peso total de los productos vendidos	Cuantitativo	Número, toneladas métricas (t)	CG-HP-000.A	Puig no reporta este indicador	
Número de instalaciones de fabricación	Cuantitativo	Número	CG-HP-000.B	7 plantas de producción	Puig

Tabla de referencias TCFD

Recomendación TCFD	Referencia respuestas
Gobernanza	
Describe la supervisión por parte del Consejo de riesgos y oportunidades climáticos	Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 3-4
Describe el rol de la dirección en la evaluación y la gestión de riesgos y oportunidades climáticos	Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 4-11
Estrategia	
Describe los riesgos y oportunidades climáticos que la organización ha identificado a corto, medio y largo plazo.	Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 12-23
Describe el impacto de los riesgos y oportunidades climáticos en los negocios, la estrategia y la planificación financiera de la organización.	Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 13-23
Describe la resiliencia de la estrategia de la organización, teniendo en cuenta diferentes escenarios climáticos, incluido un escenario de 2°C o menos.	Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 23-28
Gestión de riesgos	
Describe los procesos de la organización para identificar y evaluar los riesgos climáticos.	Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 14-15
Describe los procesos de la organización para gestionar los riesgos climáticos.	Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 14-20
Describe cómo los procesos para identificar, evaluar y gestionar los riesgos climáticos se integran en la gestión general de riesgos de la organización.	Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 4-14
Métricas y objetivos	
Reporta las métricas usadas por la organización para evaluar los riesgos y oportunidades climáticos en línea con su estrategia y proceso de gestión de riesgos.	Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 14-20
Reporta las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de Alcance 1, Alcance 2 y, si procede, de Alcance 3, y los riesgos relacionados.	Memoria Puig 2023, Apéndice 2 Indicadores Medioambientales, pp. 162 Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 50-57
Describe los objetivos utilizados por la organización para gestionar los riesgos y oportunidades climáticos y el desempeño frente a los objetivos.	Memoria Puig 2023, sección Agenda ESG 2030, pp. 85 Respuesta de Puig al CDP Climate 2023, pp. 85



6

Relación de contenidos del Pacto Mundial





Principios del pacto mundial de las naciones unidas		Capítulo en esta memoria
01	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Gobernanza <ul style="list-style-type: none"> – Gestión de los Derechos Humanos
02	Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Gobernanza <ul style="list-style-type: none"> – Gestión de los Derechos Humanos
03	Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Social: Las personas en Puig
04	Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Social: Las personas en Puig
05	Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Gobernanza <ul style="list-style-type: none"> – Gestión de los derechos humano
06	Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Social: Las personas en Puig
07	Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Medioambiente
08	Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Medioambiente 04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Social <ul style="list-style-type: none"> – Acciones para maximizar el impacto
09	Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Medioambiente
10	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.	04. Compromiso con la sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Gobernanza <ul style="list-style-type: none"> – Compliance



7

PUIG

Marco de la memoria



¹⁰⁷ European Financial Reporting Advisory Group.

¹⁰⁸ Sustainability Accounting Standards Board.

Con la presente Memoria se da respuesta a los requerimientos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. En su elaboración se consideraron las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/ UE y lo que establecen los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) (opción GRI seleccionados).

Los datos contenidos en esta Memoria corresponden a **Puig Brands, S.A.** (anteriormente denominada Jorba Perfumes, S.A. y cuyo cambio de denominación social fue adoptado el 20 de marzo de 2023) y sus sociedades dependientes (en adelante, **Puig**). En aquellos casos en que la información no presenta este perímetro, queda debidamente especificado.

En línea con la Ley 11/2018, la presente Memoria para el ejercicio 2023 comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre, facilita información sobre cuestiones relacionadas con los Derechos Humanos, la lucha contra la corrupción y el soborno, así como cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal que son relevantes para **Puig** en la ejecución de sus actividades y en aquellas geografías en las que se concentra su negocio, siguiendo los criterios de materialidad, relevancia, comparabilidad y fiabilidad.

Esta Memoria constituye el Estado de Información No Financiera que marca la normativa vigente y forma parte del Informe de Gestión Consolidado que se presenta con las cuentas anuales consolidadas de **Puig**. Este informe es de carácter público y puede ser consultado en la web corporativa www.puig.com.

A finales de 2022, **Puig** realizó un ejercicio de materialidad, según los requerimientos de la Ley 11/2018 teniendo en cuenta tanto la perspectiva de impacto según la opinión externa de los principales grupos de interés y la opinión interna de **Puig**, así como la perspectiva financiera de los impactos directamente causados por el grupo. Tal y como se muestra en el apartado 4, el proceso de elaboración se ha hecho de acuerdo con los estándares internacionales Global Reporting Initiative (GRI), EFRAG¹⁰⁷ y SASB¹⁰⁸.

Los datos requeridos por la mencionada ley 11/2018 contenidos en esta Memoria fueron debidamente verificados por una entidad externa. Además, este documento incluye datos que **Puig** presenta voluntariamente para contextualizar y enriquecer el contenido pero que no requieren verificación.

Para cuestiones de tipo general sobre este documento, los distintos grupos de interés pueden dirigirse a Global Corporate Communications en Plaza Europa, 46-48, 08902, L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona, o enviar un correo electrónico a press@puig.com.



8

Informe de verificación



INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

A los accionistas de PUIG BRANDS, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2023, de PUIG BRANDS, S.A. 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 que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en el Anexo 5. "Índice de Contenidos requeridos por la Ley 11/2018" incluido en el EINF adjunto.

Responsabilidad 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 los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el Anexo 5. "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.

Nuestra independencia y gestión de la calidad

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 la firma diseñe, implemente 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.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- ▶ 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 2023 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en el capítulo 4. "Compromiso con la sostenibilidad", 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 2023.
- ▶ Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2023.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2023 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- ▶ Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF del Grupo correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2023 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el Anexo 5. "Índice de Contenidos requeridos por la Ley 11/2018" del citado Estado.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

Col·legi
de Censors Jurats
de Comptes
de Catalunya

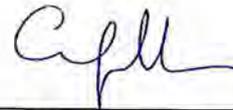
ERNST & YOUNG, S.L.

2024 Núm. 20/24/05158

IMPORT COL·LEGIAL: 30,00 EUR

Segell distintiu d'altres actuacions

ERNST & YOUNG, S.L.



Antonio Capella Elizalde

5 de abril de 2024



En Barcelona, a 19 de marzo de 2024

D. Marc Puig Guasch
Presidente

D. Manuel Puig Rocha
Vicepresidente

D. Rafael Cerezo Laporta
Consejero Coordinador

D. Patrick Raji Chalhoub
Consejero

D. Jordi Constans Fernández
(identificado en su pasaporte
como **Jorge Valentín Constans
Fernández**)
Consejero

Dña. Ángeles Garcia-Poveda Morera
Consejera

D. Daniel Lalonde
Consejero

Dña. Christine Ann Mei
Consejera

D. Nicolas Mirzayantz
Consejero

D. Josep Olliu Creus
Consejero

D. Yiannis Petrides
(identificado en su pasaporte
como **Ioannis Petrides**)
Consejero

D. Jordi Puig Alsina
Consejero

D. Marian Puig Guasch
Consejero

D. Xavier Puig Alsina
Consejero

Puig Brands, S.A.
Torre **Puig**-T1, 46-48 Plaça Europa
08902 L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona

puig.com

**Informe de Auditoría de Cuentas Anuales
emitido por un Auditor Independiente**

**PUIG BRANDS, S.A.
Cuentas Anuales e Informe de Gestión
correspondientes al ejercicio anual terminado
el 31 de diciembre de 2023**

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

A los accionistas de PUIG BRANDS, S.A.:

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales de PUIG BRANDS, S.A. (la Sociedad), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2023, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria correspondiente al ejercicio anual terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de la Sociedad a 31 de diciembre de 2023, así como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 2 de la memoria) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales* de nuestro informe.

Somos independientes de la Sociedad de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales en España según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoría de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoría de las cuentas anuales del periodo actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre éstas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

Valoración de Inversiones en empresas del grupo y asociadas

Descripción Tal y como se detalla en la nota 7 de la memoria adjunta, a 31 de diciembre de 2023 la Sociedad tiene registrados, bajo el epígrafe "Inversiones en empresas del grupo y asociadas", instrumentos de patrimonio por importe de 2.553.323 miles de euros y créditos a empresas del grupo y asociadas a largo y corto plazo por importe de 1.241.885 miles de euros y 675.246 miles de euros respectivamente.

En este aspecto, al menos al cierre de cada ejercicio, la Dirección de la Sociedad realiza juicios significativos al objeto de determinar la existencia de indicios de deterioro efectuando las correcciones valorativas necesarias siempre que exista evidencia objetiva de que el valor en libros de una inversión o créditos otorgados a empresas del grupo y asociadas no será recuperable, siendo el importe de la corrección valorativa la diferencia entre su valor en libros y el importe recuperable. El riesgo de que algunos de estos activos financieros presenten deterioro, unido a la relevancia de los importes involucrados, nos han hecho considerar la valoración de las inversiones en empresas del grupo y asociadas como un aspecto relevante de nuestra auditoría.

**Nuestra
respuesta**

En relación con esta área, nuestros procedimientos de auditoría se han dirigido, fundamentalmente, a evaluar si los activos financieros anteriormente mencionados están correctamente valorados.

Otra información: Informe de gestión

La otra información comprende exclusivamente el informe de gestión del ejercicio 2023, cuya formulación es responsabilidad de los administradores de la Sociedad y no forma parte integrante de las cuentas anuales.

Nuestra opinión de auditoría sobre las cuentas anuales no cubre el informe de gestión. Nuestra responsabilidad sobre el informe de gestión, de conformidad con lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas, consiste en evaluar e informar sobre la concordancia del informe de gestión con las cuentas anuales, a partir del conocimiento de la entidad obtenido en la realización de la auditoría de las citadas cuentas, así como en evaluar e informar de si el contenido y presentación del informe de gestión son conformes a la normativa que resulta de aplicación. Si, basándonos en el trabajo que hemos realizado, concluimos que existen incorrecciones materiales, estamos obligados a informar de ello.

Sobre la base del trabajo realizado, según lo descrito en el párrafo anterior, la información que contiene el informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales del ejercicio 2023 y su contenido y presentación son conformes a la normativa que resulta de aplicación.

Responsabilidad de los administradores en relación con las cuentas anuales

Los administradores son responsables de formular las cuentas anuales adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Sociedad, de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España, que se identifica en la nota 2 de la memoria adjunta, y del control interno que consideren necesario para permitir la preparación de cuentas anuales libres de incorrección material, debida a fraude o error.

En la preparación de las cuentas anuales, los administradores son responsables de la valoración de la capacidad de la Sociedad para continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con la empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento excepto si los administradores tienen intención de liquidar la sociedad o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales en su conjunto están libres de incorrección material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión.

Seguridad razonable es un alto grado de seguridad pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en las cuentas anuales.

Como parte de una auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- ✦ Identificamos y valoramos los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. 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 intencionadamente erróneas, o la elusión del control interno.
- ▶ Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la entidad.
- ▶ Evaluamos si las políticas contables aplicadas son adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por los administradores.
- ▶ Concluimos sobre si es adecuada la utilización, por los administradores, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Sociedad para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en las cuentas anuales o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, los hechos o condiciones futuros pueden ser la causa de que la Sociedad deje de ser una empresa en funcionamiento.

- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de las cuentas anuales, incluida la información revelada, y si las cuentas anuales representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.

Nos comunicamos con los administradores de la entidad en relación con, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

Entre los riesgos significativos que han sido objeto de comunicación a los administradores de la entidad, determinamos los que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de las cuentas anuales del periodo actual y que son, en consecuencia, los riesgos considerados más significativos.

Describimos esos riesgos en nuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente la cuestión.

**Col·legi
de Censors Jurats
de Comptes
de Catalunya**

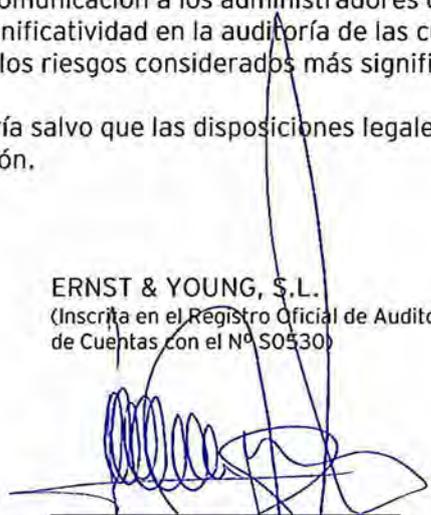
ERNST & YOUNG, S.L.

2024 Núm. 20/24/05065

IMPORT COL·LEGIAL: 96,00 EUR

Informe d'auditoria de comptes subjecte
a la normativa d'auditoria de comptes
espanyola o internacional

ERNST & YOUNG, S.L.
(Inscrita en el Registro Oficial de Auditores
de Cuentas con el N° S0530)



Francesc Maynou Fernández
(Inscrito en el Registro Oficial de Auditores
de Cuentas con el N° 18690)

5 de abril de 2024

Puig Brands, S.A.

**Cuentas Anuales e Informe de Gestión
correspondientes al ejercicio anual terminado el
31 de diciembre de 2023**

ÍNDICE

▪ Balance	1
▪ Cuenta de pérdidas y ganancias	3
▪ Estado de ingresos y gastos reconocidos	4
▪ Estado total de cambios en el patrimonio neto	5
▪ Estado de flujos de efectivo	6
▪ Notas de la memoria	7
▪ Informe de gestión	72

Puig Brands, S.A.
Balance a 31 de diciembre de 2023
(Expresado en miles de euros)

ACTIVO	Notas	2023	2022
ACTIVO NO CORRIENTE		3.825.681	3.744.663
Inmovilizado intangible	5	88	0
Aplicaciones informáticas		88	0
Inmovilizado material	6	13	55
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		13	55
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	7 y 8	3.795.208	3.691.258
Instrumentos de patrimonio		2.553.323	2.501.423
Créditos a empresas		1.241.885	1.189.835
Inversiones financieras a largo plazo	7	24.023	42.664
Créditos a terceros		480	0
Derivados		22.957	42.078
Otros activos financieros		586	586
Activos por impuesto diferido	15.2	6.349	10.686
ACTIVO CORRIENTE		1.242.880	730.929
Existencias		8	16
Anticipos proveedores		8	16
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	9	85.621	24.112
Clientes, empresas del grupo y asociadas		85.563	23.787
Deudores varios		14	10
Personal		44	87
Otros créditos con las Administraciones Públicas	15		228
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	7	675.246	269.354
Créditos a empresas		675.246	269.354
Inversiones financieras a corto plazo	7	9.839	13.086
Créditos a empresas		42	33
Valores representativos de deuda		410	-
Derivados		6.365	11.132
Otros activos financieros		3.022	1.921
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	10	472.166	424.361
Tesorería		242.166	144.361
Otros activos líquidos equivalentes		230.000	280.000
TOTAL ACTIVO		5.068.561	4.475.592

Puig Brands, S.A.
Balance a 31 de diciembre de 2023
(Expresado en miles de euros)

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Notas	2023	2022
PATRIMONIO NETO		2.304.996	2.451.859
FONDOS PROPIOS		2.305.992	2.442.636
Capital	11.1	144.000	114.700
Capital escriturado		144.000	114.700
Prima de emisión	11.2	2.214.790	2.244.090
Reservas	11.3	(146.815)	54.690
Legal y estatutarias		3.756	841
Otras reservas		(150.571)	53.849
(Acciones y participaciones en patrimonio propias)		(105.907)	-
Resultado del ejercicio	3	279.924	29.156
(Dividendo a cuenta)		(80.000)	-
AJUSTES POR CAMBIOS DE VALOR		(996)	9.223
Operaciones de cobertura	12	(996)	9.223
PASIVO NO CORRIENTE		2.011.495	1.691.225
Provisiones y otros pasivos a largo plazo	13	239.259	57.982
Obligaciones por prestaciones a largo plazo al personal		239.259	57.982
Deudas a largo plazo	14	1.766.493	1.621.665
Deuda con entidades de crédito		1.758.428	1.621.665
Derivados		8.065	-
Pasivos por impuesto diferido	15.2	5.743	11.578
PASIVO CORRIENTE		752.070	332.508
Deudas a corto plazo	14	273.274	129.173
Deudas con entidades de crédito		269.909	117.652
Derivados		3.364	11.521
Otros pasivos financieros		1	-
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	14	460.706	187.547
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	14.2	18.090	15.788
Proveedores, empresas del grupo y asociadas		285	9.793
Acreedores varios		6.179	5.629
Personal (remuneraciones pendientes de pago)		1.171	325
Otras deudas con las Administraciones Públicas	15	10.455	41
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		5.068.561	4.475.592

Puig Brands, S.A.**Cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023**

(Expresada en miles de euros)

	Notas	2023	2022
Importe neto de la cifra de negocios	16.1	439.811	94.609
Ventas		387.886	85.988
Prestaciones de servicios		51.925	8.621
Aprovisionamientos	16.2	(115.848)	(54.153)
Consumo de mercaderías		(115.848)	(54.153)
Otros ingresos de explotación		222	82
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		222	82
Gastos de personal		(8.473)	2.024
Sueldos, salarios y asimilados		(8.122)	2.130
Cargas sociales	16.3	(351)	(106)
Otros gastos de explotación		(22.957)	(14.587)
Servicios exteriores	16.4	(22.810)	(14.467)
Tributos		(147)	(120)
Amortización del inmovilizado	5 y 6	(44)	(21)
Otros resultados		(1.683)	(2.975)
Gastos excepcionales		(1.868)	(3.037)
Ingresos excepcionales		185	62
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN		291.028	24.979
Ingresos financieros		-	-
Gastos financieros		-	-
RESULTADO FINANCIERO		-	-
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		291.028	24.979
Impuesto sobre beneficios	15.1	(11.104)	4.177
RESULTADO DEL EJERCICIO		279.924	29.156

Puig Brands, S.A.**Estado de cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023**

(Expresado en miles de euros)

A) Estado de ingresos y gastos reconocidos correspondientes al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

	Notas	2023	2022
RESULTADO DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS		279.924	29.156
INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE EN EL PATRIMONIO NETO			
Por valoración de instrumentos financieros			
Instrumentos financieros a valor razonable		22.336	(22.336)
Por coberturas de flujos de efectivo		(39.352)	42.078
Efecto impositivo		6.797	(10.519)
TOTAL INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE EN EL PATRIMONIO NETO		(10.219)	9.223
TRANSFERENCIAS A LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS			
Por coberturas de flujos de efectivo		-	-
Efecto impositivo		-	-
TOTAL TRANSFERENCIAS A LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS		-	-
TOTAL INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS		269.705	38.379

Puig Brands, S.A.

Estado de cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

(Expresado en miles de euros)

B) Estado total de cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

	Capital escriturado	Prima de emisión	Reserva Legal	Otras Reservas	Resultado del ejercicio	Acciones en patrimonio propias	Dividendo a cuenta	Ajustes cambio de valor	Total
SALDO, FINAL DEL AÑO 2021	4.203	33.217	841	16.889	30	-	-	-	55.180
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	-	29.156	-	-	9.223	38.379
Operaciones con socios o propietarios	110.497	2.210.873		36.930	-	-	-	-	2.358.300
Aumentos de capital	110.497	2.210.873		36.930	-	-	-	-	2.358.300
Otras variaciones del patrimonio neto				30	(30)	-	-	-	-
SALDO, FINAL DEL AÑO 2022	114.700	2.244.090	841	53.849	29.156	-	-	9.223	2.451.859
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	-	279.924	-	-	(10.219)	269.705
Operaciones con socios o propietarios	29.300	(29.300)	-	(238.270)	-	(105.907)	(80.000)	-	(424.177)
Aumentos de capital	29.300	(29.300)	-	-	-	-	-	-	-
Aportaciones de socios	-	-	-	80.601	-	-	-	-	80.601
Distribución dividendos	-	-	-	(80.000)	-	-	(80.000)	-	(160.000)
Operaciones con acciones propias	-	-	-	(238.871)	-	(105.907)	-	-	(344.778)
Otras variaciones del patrimonio neto	-	-	2.915	33.850	(29.156)	-	-	-	7.607
SALDO, FINAL DEL AÑO 2023	144.000	2.214.790	3.756	(150.571)	279.924	(105.907)	(80.000)	(996)	2.304.996

Puig Brands, S.A.
Estado de flujos de efectivo del ejercicio anual terminado
el 31 de diciembre de 2023
(Expresado en miles de euros)

	Nota	2023	2022
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN			
Resultado del ejercicio antes de impuestos		291.028	24.979
Ajustes del resultado		61.890	(5.251)
Amortización del inmovilizado	5 y 6	43	21
Variación de provisiones		9.253	2.398
Ingresos financieros	16.1	-	(22.976)
Gastos financieros		56.210	14.863
Variación de valor razonable en instrumentos financieros		(3.616)	443
Cambios en el capital corriente		56.478	(6.604)
Deudores y otras cuentas a cobrar	9	(61.509)	(18.127)
Otros activos corrientes		(1.520)	-
Acreedores y otras cuentas a pagar		2.302	11.523
Otros pasivos corrientes y no corrientes		117.205	-
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación		(51.022)	(10.750)
Pagos de intereses		(51.022)	(10.750)
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		358.374	2.374
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN			
Pagos por inversiones		(601.798)	-
Empresas del grupo y asociadas	9	(601.708)	-
Inmovilizado intangible	5	(90)	-
Otros activos financieros		-	-
Cobros por desinversiones		-	227.150
Empresas del grupo y asociadas		-	227.150
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		(601.798)	227.150
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN			
Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio		(108.392)	-
Adquisición y enajenación de instrumentos de patrimonio propio	11.2	(108.392)	-
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero		559.621	194.837
Emisión – Devolución deudas empresas del grupo y asociadas	14	273.159	143.274
Emisión – Deudas con entidades de crédito	14	400.000	-
Devolución y amortización – Deudas con entidades de crédito	14	(113.538)	(28.000)
Devolución y amortización – Deudas empresas del grupo y asociadas	14	-	-
Aportación no dineraria	1	-	79.563
Pagos por dividendos y remuneración de otros instrumentos de patrimonio		(160.000)	-
Dividendos		(160.000)	-
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		291.229	194.837
AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES		47.805	424.361
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio		424.361	-
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio		472.166	424.361

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado
el 31 de diciembre de 2023

NOTAS DE LAS MEMORIA

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

1. Actividad de la empresa	8
2. Bases de presentación de las cuentas anuales	9
3. Aplicación de resultados	10
4. Normas de registro y valoración	12
5. Inmovilizado intangible	30
6. Inmovilizado material	31
7. Activos financieros	32
8. Inversiones en empresas del grupo, multigrupo y asociadas	34
9. Activos financieros a coste amortizado	40
10. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	41
11. Patrimonio neto – Fondos propios	42
12. Patrimonio neto – Ajustes por cambio de valor	45
13. Provisiones y otros pasivos a largo plazo	46
14. Pasivos financieros	46
15. Situación fiscal	50
16. Ingresos y gastos	54
17. Derivados	56
18. Operaciones con partes vinculadas	60
19. Información sobre naturaleza y nivel de riesgo procedente de instrumentos financieros	63
20. Otra información	68
21. Hechos posteriores al cierre	71

1. ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

Puig Brands, S.A., (en adelante la Sociedad), antes denominada Jorba B.V, se constituyó el 25 de febrero de 1983 (adoptó la denominación social de Jorba Perfumes, S.L. Sociedad Unipersonal de conformidad con la legislación holandesa el 20 de noviembre de 2015 ratificándose en España en la misma fecha), y cambió su domicilio social el 18 de diciembre de 2015, actualmente situado en Plaza Europa 46-48 en L'Hospitalet de Llobregat. El 8 de noviembre de 2022, el Accionista Único aprobó la transformación de la Sociedad en sociedad anónima. Así mismo, con fecha 20 de marzo de 2023 el Accionista Único decidió el cambio de denominación social pasando a denominarse Puig Brands, S.A.

De acuerdo con los estatutos, su objeto social consiste en:

- a) Las actividades propias de las sociedades holding: La compra, suscripción, asunción, tenencia, permuta y venta de valores mobiliarios nacionales y extranjeros, acciones y participaciones sociales, por cuenta propia y sin actividad de intermediación, de sociedades dedicadas a: (I) La fabricación y comercialización de toda clase de productos de perfumería y menaje (jabonería, cosmética, higiene, tocador, esencias, detergentes, etc.); (II) textiles o de marroquinería; (III) moda, confección y accesorios; muebles, artículos y objetos en general (joyería, bisutería, relojes, óptica, artículos de viaje, de escritorio, escolares y de deporte, objetos de regalo, etc.); (IV) de productos químicos y especialidades farmacéuticas; envases y su componentes; y (V) la investigación, desarrollo, administración y explotación en cualquiera de sus formas de patentes, marcas, procedimientos de fabricación y otros derechos de propiedad industrial.
- b) La prestación de servicios de dirección, gestión, control, administración, asistencia técnica e informática, jurídica, financiera, de promoción, de publicidad y aseguramiento en general a dichas compañías participadas y, en particular, la prestación de servicios de gestión centralizada de tesorería.

La Sociedad encabeza el grupo de empresas Puig Brands, S.A. y sociedades dependientes, con domicilio social en Plaza Europa 46-48, L'Hospitalet del Llobregat. Las cuentas anuales consolidadas y el informe de gestión consolidado del ejercicio 2023 serán formuladas en tiempo y forma y depositadas, junto con el correspondiente informe de auditoría, en el Registro Mercantil en los plazos establecidos legalmente. No se formularon cuentas anuales consolidadas de Puig Brands, S.A. y sociedades dependientes del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2022 dado que la cabecera del grupo era Puig, S.L, y por tanto se acogió a la dispensa por subgrupo.

La moneda funcional de la Sociedad es el euro.

Con fecha 30 de junio de 2022 la Sociedad recibió por parte de su Accionista Único en dicha fecha, una ampliación de capital suscrita mediante una aportación no dineraria por importe de 2.321.369 miles de euros (siendo 110.497 miles de euros capital social y 2.210.872 miles de euros prima de emisión). La Escritura de aumento de capital con prima de emisión fue otorgada ante Notario y objeto de inscripción en el Registro Mercantil de Barcelona con fecha 6 de julio de 2022. Tras la inscripción de la Escritura se aportaron 36.930 miles de euros adicionales registrándose como otras reservas (ver Nota 11).

En virtud de la citada Escritura, la aportación no dineraria consistió en la transmisión por parte de Puig, S.L. de las participaciones de su propiedad a favor de Puig Brands, S.A. así como también la transmisión de todas las ramas de actividad (gestión de cartera de las participadas y gestión de tesorería centralizada), mediante la aportación, entre otros, de los Contratos de Financiación mercantil suscritos con distintas entidades bancarias, así como las cuentas corrientes y diversos instrumentos financieros contratados con las entidades financieras (ver Nota 14).

2. BASES DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS ANUALES

Las cuentas anuales se han preparado de acuerdo con el marco normativo de información financiera aplicable a la Sociedad, que es el establecido en el Plan General de Contabilidad aprobado por el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, el cual desde su publicación ha sido objeto de varias modificaciones, la última de ellas mediante el Real Decreto 1/2021, de 12 de enero, y sus normas de desarrollo, así como con el resto de la legislación mercantil vigente.

Las cuentas anuales han sido formuladas por el Consejo de Administración de la Sociedad para su sometimiento a la aprobación de la Junta General de Accionistas, estimándose que serán aprobadas sin ninguna modificación.

Las cifras incluidas en las cuentas anuales están expresadas en miles de euros, salvo que se indique lo contrario.

2.1 Imagen fiel

Las cuentas anuales se han preparado a partir de los registros auxiliares de contabilidad de la Sociedad, habiéndose aplicado las disposiciones legales vigentes en materia contable con la finalidad de mostrar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Sociedad. El estado de flujos de efectivo se ha preparado con el fin de informar verazmente sobre el origen y la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros activos líquidos equivalentes de la Sociedad.

2.2 Comparación de la información

De acuerdo con la legislación mercantil, se presenta, a efectos comparativos, con cada una de las partidas del balance, de la cuenta de pérdidas y ganancias, del estado de cambios en el patrimonio neto y del estado de flujos de efectivo, además de las cifras del ejercicio 2023, las correspondientes al ejercicio anterior. En la memoria también se incluye la información cuantitativa del ejercicio anterior, salvo cuando una norma contable específicamente establece que no es necesario.

Al comparar las cifras del ejercicio 2023 con las del ejercicio 2022 hay que tener en cuenta los impactos de la aportación no dineraria realizada por el Accionista Único (en el momento de la aportación) de la Sociedad (Nota 1).

2.3 Aspectos críticos de la valoración y estimación de la incertidumbre

En la preparación de las cuentas anuales de la Sociedad, los Administradores han realizado estimaciones que están basadas en la experiencia histórica y en otros factores que se consideran razonables de acuerdo con las circunstancias actuales y que constituyen la base para establecer el valor contable de los activos y pasivos cuyo valor no es fácilmente determinable mediante otras fuentes. La Sociedad revisa sus estimaciones de forma continua. Sin embargo, dada la incertidumbre inherente a las mismas, existe un riesgo importante de que pudieran surgir ajustes significativos en el futuro sobre los valores de los activos y pasivos afectados, de producirse un cambio significativo en las hipótesis, hechos y circunstancias en las que se basan. Los supuestos clave acerca del futuro, así como otros datos relevantes sobre la estimación de la incertidumbre en la fecha de cierre del ejercicio, que llevan asociados un riesgo importante de suponer cambios significativos en el valor de los activos o pasivos en el próximo ejercicio son los siguientes:

Valoración de las inversiones financieras en empresas del grupo, multigrupo y asociadas

La valoración de las inversiones financieras en empresas del grupo, multigrupo y asociadas requiere la realización de estimaciones con el fin de determinar su valor recuperable, a los efectos de evaluar un posible deterioro. Para determinar este valor recuperable los Administradores de la Sociedad estiman los flujos de efectivo futuros esperados de las inversiones financieras en empresas del grupo, multigrupo y asociadas o de las unidades generadoras de efectivo de las que forman parte y utilizan una tasa de descuento apropiada para calcular el valor actual de esos flujos de efectivo. Los flujos de efectivo futuros dependen de que se cumplan los presupuestos de los próximos cinco ejercicios, mientras que las tasas de descuento dependen del tipo de interés y de la prima de riesgo asociada a cada unidad generadora de efectivo.

Activos por impuesto diferido

Los activos por impuesto diferido se registran por todas aquellas diferencias temporarias deducibles, bases imponibles negativas pendientes de compensar y deducciones pendientes de aplicar, para los que es probable que la Sociedad disponga de ganancias fiscales futuras que permitan la aplicación de estos activos. Los Administradores tienen que realizar estimaciones significativas para determinar el importe de los activos por impuesto diferido que se pueden registrar, teniendo en cuenta los importes y las fechas en las que se obtendrán las ganancias fiscales futuras y el periodo de reversión de las diferencias temporarias imponibles. La Sociedad tiene registrados activos por impuesto diferido al 31 de diciembre de 2023 por importe de 6.349 miles de euros relativos a deducciones y diferencias temporarias (10.686 miles de euros a 31 de diciembre de 2022) (Nota 15.2).

Pasivos contingentes

La Sociedad reconoce provisiones sobre riesgos de acuerdo con la política contable indicada en la Nota 4.9 de esta memoria. La Sociedad ha realizado juicios y estimaciones en relación con la probabilidad de ocurrencia de dichos riesgos, así como sobre la cuantía de los mismos, y ha registrado una provisión cuando el riesgo ha sido considerado probable, estimando el coste que le originaría dicha obligación.

3. APLICACIÓN DE RESULTADOS

La propuesta de distribución del resultado del ejercicio 2023, formulada por los Administradores y que se espera sea aprobada por la Junta General de Accionistas, es la siguiente:

(Miles de euros)	2023
Base de reparto	
Saldo de la cuenta de pérdidas y ganancias (beneficio)	279.924
	279.924
Aplicación	
A dividendo a cuenta	80.000
A otras reservas	199.924
	279.924

3.1 Dividendo a cuenta

El 25 de abril de 2023, el Consejo de Administración, considerando la previsión de resultados para el ejercicio, aprobó un dividendo a cuenta del resultado del ejercicio 2023 de 80.000 miles de euros. El importe del dividendo es inferior al límite máximo establecido por la legislación vigente, referente a los resultados distribuibles desde el cierre del último ejercicio:

(Miles de euros)	2023
Resultado después de impuestos del periodo el 25 de abril 2023	89.100
Aplicación a reserva legal	(8.910)
	80.190

El estado contable provisional formulado por los Administradores que pone de manifiesto la existencia de liquidez suficiente para la distribución de dicho dividendo es el siguiente:

(Miles de euros)	
Previsión de liquidez al 31 de marzo de 2023	45.754
Previsión de cobros desde el 1 de abril de 2023 hasta el 31 de mayo de 2023	770.000
Previsión de pagos desde el 1 de abril de 2023 hasta el 31 de mayo de 2023	(586.000)
Previsión de liquidez antes del pago del dividendo a cuenta	229.754
Dividendo a cuenta	(80.000)
Previsión de liquidez posterior al pago del dividendo a cuenta	149.754

3.2 Limitaciones para la distribución de dividendos

La Sociedad está obligada a destinar el 10% de los beneficios del ejercicio a la constitución de la reserva legal, hasta que ésta alcance, al menos, el 20% del capital social. Esta reserva, mientras no supere el límite del 20% del capital social, no es distribuible a los accionistas (Nota 11.3).

Una vez cubiertas las atenciones previstas por la Ley, sólo podrán repartirse dividendos con cargo al beneficio del ejercicio, o a reservas de libre disposición, si el valor del patrimonio neto no es o, a consecuencia del reparto, no resulta ser inferior al capital social.

4. NORMAS DE REGISTRO Y VALORACIÓN

Los principales criterios de registro y valoración utilizados por la Sociedad en la elaboración de estas cuentas anuales son los siguientes:

4.1 Inmovilizado intangible

El inmovilizado intangible se valora por su coste de adquisición, menos la amortización acumulada y, en su caso, el importe acumulado de las correcciones por deterioro registradas.

Los activos intangibles se amortizan sistemáticamente de forma lineal en función de la vida útil estimada de los bienes y de su valor residual. Los métodos y periodos de amortización aplicados son revisados en cada cierre de ejercicio y, si procede, ajustados de forma prospectiva. Al menos al cierre del ejercicio, se evalúa la existencia de indicios de deterioro, en cuyo caso se estiman los importes recuperables, efectuándose las correcciones valorativas que procedan.

Aplicaciones informáticas

La partida de aplicaciones informáticas se presenta al coste de adquisición pagado a terceros. Su amortización se realiza de forma lineal a lo largo de su vida útil estimada de 3 años.

Las reparaciones que no representan una ampliación de la vida útil y los costes de mantenimiento son cargados en la cuenta de pérdidas y ganancias en el ejercicio en que se producen.

4.2 Inmovilizado material

El inmovilizado material se valora por su coste, menos la amortización acumulada y, en su caso, el importe acumulado de las correcciones por deterioro registradas.

Las reparaciones que no representan una ampliación de la vida útil y los costes de mantenimiento son cargados en la cuenta de pérdidas y ganancias en el ejercicio en que se producen. Los costes de ampliación o mejora que dan lugar a un aumento de la capacidad productiva o a un alargamiento de la vida útil de los bienes, son incorporados al activo como mayor valor del mismo.

La amortización de los elementos del inmovilizado material se realiza, desde el momento en el que están disponibles para su puesta en funcionamiento, de forma lineal durante su vida útil estimada.

Los años de vida útil estimada para los distintos elementos del inmovilizado material son los siguientes:

	Años de vida útil
Instalaciones técnicas	5-10 años
Mobiliario	5-10 años
Equipos para procesos de información	4 años

En cada cierre de ejercicio, la Sociedad revisa los valores residuales, las vidas útiles y los métodos de amortización del inmovilizado material y, si procede, se ajustan de forma prospectiva.

4.3 Permutas

Para los elementos adquiridos mediante permuta, la Sociedad procede a analizar cada operación con el objeto de definir si la permuta tiene o no tiene carácter comercial.

Cuando la permuta tiene carácter comercial el activo recibido se valora por el valor razonable del activo entregado más, en su caso, las contrapartidas monetarias entregadas a cambio, salvo que se tenga una evidencia más clara del valor razonable del activo recibido, en cuyo caso se valoran por este último valor. Las diferencias de valoración que surgen al dar de baja el elemento entregado se reconocen en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Cuando la permuta no tiene carácter comercial, o cuando no ha sido posible obtener una estimación fiable del valor razonable de los elementos que intervienen en la operación, el activo recibido se valora por el valor contable del activo entregado más, en su caso, las contrapartidas monetarias entregadas.

4.4 Arrendamientos

Los contratos se califican como arrendamientos financieros cuando de sus condiciones económicas se deduce que se transfieren al arrendatario sustancialmente todos los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad del activo objeto del contrato. En caso contrario, los contratos se califican como arrendamientos operativos.

Sociedad como arrendatario

Los activos adquiridos mediante arrendamiento financiero se registran de acuerdo con su naturaleza, por el menor entre el valor razonable del activo y el valor actual al inicio del arrendamiento de los pagos mínimos acordados, incluida la opción de compra, contabilizándose un pasivo financiero por el mismo importe. No se incluye en el cálculo de los pagos mínimos acordados las cuotas de carácter contingente, el coste de los servicios y los impuestos repercutibles por el arrendador. Los pagos realizados por el arrendamiento se distribuyen entre los gastos financieros y la reducción del pasivo.

La carga financiera total del contrato se imputa a la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio en que se devenga, aplicando el método del tipo de interés efectivo. A los activos se les aplican los mismos criterios de amortización, deterioro y baja que al resto de activos de su naturaleza.

Los pagos por arrendamientos operativos se registran como gastos en la cuenta de pérdidas y ganancias cuando se devengan.

4.5 Activos financieros

Clasificación y valoración

En el momento de reconocimiento inicial, la Sociedad clasifica todos los activos financieros en una de las categorías enumeradas a continuación, que determina el método de valoración inicial y posterior aplicable:

- Activos financieros a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias
- Activos financieros a coste amortizado
- Activos financieros a valor razonable con cambios en el patrimonio neto
- Activos financieros a coste

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Activos financieros a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias

La Sociedad clasifica un activo financiero en esta categoría salvo que proceda su clasificación en alguna de las restantes.

En todo caso, los activos financieros mantenidos para negociar se incluyen en esta categoría. La Sociedad considera que un activo financiero se mantiene para negociar cuando se cumple al menos una de las siguientes tres circunstancias:

- a) Se origina o adquiere con el propósito de venderlo en el corto plazo.
- b) Forma parte, en el momento de su reconocimiento inicial, de una cartera de instrumentos financieros identificados y gestionados conjuntamente de la que existan evidencias de actuaciones recientes para obtener ganancias en el corto plazo.
- c) Es un instrumento financiero derivado, siempre que no sea un contrato de garantía financiera ni haya sido designado como instrumento de cobertura.

Además de lo anterior, la Sociedad tiene la posibilidad, en el momento del reconocimiento inicial, de designar un activo financiero de forma irrevocable como medido al valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias, y que en caso contrario se hubiera incluido en otra categoría (lo que suele denominarse "opción de valor razonable"). Esta opción se puede elegir si se elimina o reduce significativamente una incoherencia de valoración o asimetría contable que surgiría en otro caso de la valoración de los activos o pasivos sobre bases diferentes.

Los activos financieros clasificados en esta categoría se valoran inicialmente a valor razonable que, salvo evidencia en contrario, se asume que es el precio de la transacción, que equivale al valor razonable de la contraprestación entregada. Los costes de transacción directamente atribuibles se reconocen en la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio (esto es, no se capitalizan).

Con posterioridad al reconocimiento inicial, la Sociedad valora los activos financieros comprendidos en esta categoría a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Activos financieros a coste amortizado

La Sociedad clasifica un activo financiero en esta categoría, incluso cuando esté admitido a negociación en un mercado organizado, si se cumplen las siguientes condiciones:

- La Sociedad mantiene la inversión bajo un modelo de gestión cuyo objetivo es recibir los flujos de efectivo derivados de la ejecución del contrato.

La gestión de una cartera de activos financieros para obtener sus flujos contractuales no implica que hayan de mantenerse necesariamente todos los instrumentos hasta su vencimiento; se podrá considerar que los activos financieros se gestionan con ese objetivo aun cuando se hayan producido o se espere que se produzcan ventas en el futuro. A tal efecto, la Sociedad considera la frecuencia, el importe y el calendario de las ventas en ejercicios anteriores, los motivos de esas ventas y las expectativas en relación con la actividad de ventas futuras.

- Las características contractuales del activo financiero dan lugar, en fechas especificadas, a flujos de efectivo que son únicamente cobros de principal e intereses sobre el importe del principal pendiente. Esto es, los flujos de efectivo son inherentes a un acuerdo que tiene la naturaleza de préstamo ordinario o común, sin perjuicio de que la operación se acuerde a un tipo de interés cero o por debajo de mercado.

Se asume que se cumple esta condición, en el caso de que un bono o un préstamo simple con una fecha de vencimiento determinada y por el que la Sociedad cobra un tipo de interés de mercado variable, pudiendo estar sujeto a un límite. Por el contrario, se asume que no se cumple esta condición en el caso de los instrumentos convertibles en instrumentos de patrimonio neto del emisor, los préstamos con tipos de interés variables inversos (es decir, un tipo que tiene una relación inversa con los tipos de interés del mercado) o aquellos en los que el emisor puede diferir el pago de intereses, si con dicho pago se viera afectada su solvencia, sin que los intereses diferidos devenguen intereses adicionales.

Con carácter general, se incluyen en esta categoría los créditos por operaciones comerciales ("clientes por ventas y prestaciones de servicios") y los créditos por operaciones no comerciales ("Deudores varios").

Los activos financieros clasificados en esta categoría se valoran inicialmente por su valor razonable, que, salvo evidencia en contrario, se asume que es el precio de la transacción, que equivale al valor razonable de la contraprestación entregada, más los costes de transacción que les sean directamente atribuibles. Esto es, los costes de transacción inherentes se capitalizan.

No obstante, los créditos por operaciones comerciales con vencimiento no superior a un año y que no tengan un tipo de interés contractual explícito, así como los créditos al personal, los dividendos a cobrar y los desembolsos exigidos sobre instrumentos de patrimonio, cuyo importe se espera recibir en el corto plazo, se valoran por su valor nominal cuando el efecto de no actualizar los flujos de efectivo no es significativo.

Para la valoración posterior se utiliza el método del coste amortizado. Los intereses devengados se contabilizan en la cuenta de pérdidas y ganancias (ingresos financieros), aplicando el método del tipo de interés efectivo.

Los créditos con vencimiento no superior a un año que, tal y como se ha expuesto anteriormente, se valoren inicialmente por su valor nominal, continuarán valorándose por dicho importe, salvo que se hubieran deteriorado.

En general, cuando los flujos de efectivo contractuales de un activo financiero a coste amortizado se modifican debido a las dificultades financieras del emisor, la Sociedad analiza si procede contabilizar una pérdida por deterioro de valor.

Activos financieros a valor razonable con cambios en el patrimonio neto

Se incluyen los activos financieros que cumplen las siguientes condiciones:

- El instrumento financiero no se mantiene para negociar ni procede clasificarlo a coste amortizado.
- Las características contractuales del activo financiero dan lugar, en fechas especificadas, a flujos de efectivo que son únicamente cobros de principal e intereses sobre el importe del principal pendiente.

Además, la Sociedad tiene la opción de clasificar (de forma irrevocable) en esta categoría inversiones en instrumentos de patrimonio, siempre que no se mantengan para negociar, ni deban valorarse al coste (ver categoría de coste más adelante).

Los activos financieros incluidos en esta categoría se valoran inicialmente por su valor razonable, que, salvo evidencia en contrario, se asume que es el precio de la transacción, que equivale al valor razonable de la contraprestación entregada, más los costes de transacción que les sean directamente atribuibles. Esto es, los costes de transacción inherentes se capitalizan.

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

La valoración posterior es a valor razonable, sin deducir los costes de transacción en que se pudiera incurrir en su enajenación. Los cambios que se producen en el valor razonable se registran directamente en el patrimonio neto, hasta que el activo financiero cause baja del balance o se deteriore, momento en que el importe así reconocido, se imputa a la cuenta de pérdidas y ganancias.

Las correcciones valorativas por deterioro del valor y las pérdidas y ganancias que resulten por diferencias de cambio en activos financieros monetarios en moneda extranjera, se registran en la cuenta de pérdidas y ganancias y no en patrimonio neto.

También se registran en la cuenta de pérdidas y ganancias el importe de los intereses, calculados según el método del tipo de interés efectivo, y de los dividendos devengados (ingreso financiero).

Activos financieros a coste

La Sociedad incluye en esta categoría, en todo caso:

- a) Las inversiones en el patrimonio de empresas del grupo, multigrupo y asociadas (en los estados financieros individuales).
- b) Las restantes inversiones en instrumentos de patrimonio cuyo valor razonable no puede determinarse por referencia a un precio cotizado en un mercado activo para un instrumento idéntico, o no puede estimarse con fiabilidad, y los derivados que tienen como subyacente a estas inversiones.
- c) Los activos financieros híbridos cuyo valor razonable no puede estimarse de manera fiable, salvo que se cumplan los requisitos para su contabilización a coste amortizado.
- d) Las aportaciones realizadas como consecuencia de un contrato de cuentas en participación y similares.
- e) Los préstamos participativos cuyos intereses tienen carácter contingente, bien porque se pacte un tipo de interés fijo o variable condicionado al cumplimiento de un hito en la empresa prestataria (por ejemplo, la obtención de beneficios), o bien porque se calculen exclusivamente por referencia a la evolución de la actividad de la citada empresa.
- f) Cualquier otro activo financiero que inicialmente procediese clasificar en la cartera de valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias cuando no sea posible obtener una estimación fiable de su valor razonable.

Las inversiones incluidas en esta categoría se valoran inicialmente al coste, que equivale al valor razonable de la contraprestación entregada más los costes de transacción que les sean directamente atribuibles. Esto es, los costes de transacción inherentes se capitalizan.

En el caso de inversiones en empresas del grupo, si existiera una inversión anterior a su calificación como empresa del grupo, multigrupo o asociada, se considerará como coste de dicha inversión el valor contable que debiera tener la misma inmediatamente antes de que la empresa pase a tener esa calificación.

La valoración posterior es también a coste, menos, en su caso, el importe acumulado de las correcciones valorativas por deterioro.

Baja de balance de activos financieros

La Sociedad da de baja de balance un activo financiero cuando:

- Expiran los derechos contractuales sobre los flujos de efectivo del activo. En este sentido, se da de baja un activo financiero cuando ha vencido y la Sociedad ha recibido el importe correspondiente.
- Se hayan cedido los derechos contractuales sobre los flujos de efectivo del activo financiero. En este caso, se da de baja el activo financiero cuando se han transferido de manera sustancial los riesgos y beneficios inherentes a su propiedad. En particular, en las operaciones de venta con pacto de recompra, factoring y titulizaciones, se da de baja el activo financiero una vez que se ha comparado la exposición de la Sociedad, antes y después de la cesión, a la variación en los importes y en el calendario de los flujos de efectivo netos del activo transferido, se deduce que se han transferido los riesgos y beneficios.

Tras el análisis de los riesgos y beneficios, la Sociedad registra la baja de los activos financieros conforme a las siguientes situaciones:

- a) Los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad del activo se han transferido de manera sustancial. El activo transferido se da de baja de balance y la Sociedad reconoce el resultado de la operación: la diferencia entre la contraprestación recibida neta de los costes de transacción atribuibles (considerando cualquier nuevo activo obtenido menos cualquier pasivo asumido) y el valor en libros del activo financiero, más cualquier importe acumulado que se haya reconocido directamente en el patrimonio neto.
- b) Los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad del activo se han retenido, por parte de la Sociedad, de manera sustancial. El activo financiero no se da de baja y se reconoce un pasivo financiero por el mismo importe a la contraprestación recibida.

Deterioro del valor de los activos financieros

Instrumentos de deuda a coste amortizado o valor razonable con cambios en patrimonio neto

Al menos al cierre del ejercicio, la Sociedad analiza si existe evidencia objetiva de que el valor de un activo financiero, o de un grupo de activos financieros con similares características de riesgo valorados colectivamente, se ha deteriorado como resultado de uno o más eventos que hayan ocurrido después de su reconocimiento inicial y que ocasionen una reducción o retraso en los flujos de efectivo estimados futuros, que pueden venir motivados por la insolvencia del deudor.

En caso de que exista dicha evidencia, la pérdida por deterioro se calcula como la diferencia entre el valor en libros y el valor actual de los flujos de efectivo futuros, incluidos, en su caso, los procedentes de la ejecución de las garantías reales y personales, que se estima van a generar, descontados al tipo de interés efectivo calculado en el momento de su reconocimiento inicial. Para los activos financieros a tipo de interés variable, se emplea el tipo de interés efectivo que corresponda a la fecha de cierre de las cuentas anuales de acuerdo con las condiciones contractuales. En el cálculo de las pérdidas por deterioro de un grupo de activos financieros, la Sociedad utiliza modelos basados en fórmulas o métodos estadísticos.

Las correcciones de valor por deterioro, así como su reversión cuando el importe de dicha pérdida disminuyese por causas relacionadas con un evento posterior, se reconocen como un gasto o un ingreso, respectivamente, en la cuenta de pérdidas y ganancias. La reversión del deterioro tiene como límite el valor en libros del activo que estaría reconocido en la fecha de reversión si no se hubiese registrado el deterioro del valor.

Como sustituto del valor actual de los flujos de efectivo futuros la Sociedad utiliza el valor de mercado del instrumento, siempre que éste sea lo suficientemente fiable como para considerarlo representativo del valor que pudiera recuperar la empresa.

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

En el caso de activos a valor razonable con cambio en patrimonio neto, las pérdidas acumuladas reconocidas en el patrimonio neto por disminución del valor razonable, siempre que exista una evidencia objetiva de deterioro en el valor del activo, se reconocen en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Instrumentos de patrimonio a valor razonable con cambios en patrimonio neto

En este tipo de inversiones, la Sociedad asume que el instrumento se ha deteriorado ante una caída de un año y medio o de un cuarenta por ciento en su cotización, sin que se haya producido la recuperación de su valor, sin perjuicio de que pudiera ser necesario reconocer una pérdida por deterioro antes de que haya transcurrido dicho plazo o descendido la cotización en el mencionado porcentaje.

Las correcciones de valor por deterioro se reconocen como un gasto en la cuenta de pérdidas y ganancias.

En el caso de que se incrementase el valor razonable, la corrección valorativa reconocida en ejercicios anteriores no revierte con abono a la cuenta de pérdidas y ganancias y se registra el incremento de valor razonable directamente contra el patrimonio neto.

Activos financieros a coste

El importe de la corrección valorativa es la diferencia entre su valor en libros y el importe recuperable, entendido éste como el mayor importe entre su valor razonable menos los costes de venta y el valor actual de los flujos de efectivo futuros derivados de la inversión, que para el caso de instrumentos de patrimonio se calculan, bien mediante la estimación de los que se espera recibir como consecuencia del reparto de dividendos realizado por la empresa participada y de la enajenación o baja en cuentas de la inversión en la misma, bien mediante la estimación de su participación en los flujos de efectivo que se espera sean generados por la empresa participada, procedentes tanto de sus actividades ordinarias como de su enajenación o baja en cuentas. Salvo mejor evidencia del importe recuperable de las inversiones en instrumentos de patrimonio, la estimación de la pérdida por deterioro de esta clase de activos se calcula en función del patrimonio neto de la entidad participada y de las plusvalías tácitas existentes en la fecha de la valoración, netas del efecto impositivo.

El reconocimiento de las correcciones valorativas por deterioro de valor y, en su caso, su reversión, se registran como un gasto o un ingreso, respectivamente, en la cuenta de pérdidas y ganancias. La reversión del deterioro tiene como límite el valor en libros de la inversión que estaría reconocida en la fecha de reversión si no se hubiese registrado el deterioro del valor.

El importe recuperable asociado a algunas de las inversiones en empresas del grupo, multigrupo y asociadas se ha determinado mediante el valor en uso, utilizando proyecciones de flujos de efectivo basadas en los planes de negocio de la Dirección para los próximos cinco años. La tasa de descuento aplicada a las proyecciones de flujo de efectivo se ha calculado específicamente para cada inversión en base a la cual se haya realizado un descuento de flujos, y oscila entre el 9,5% y el 11%, mientras que los flujos de efectivo posteriores al periodo proyectado se extrapolan utilizando una tasa de crecimiento prudente en comparación con el crecimiento previsto de los negocios involucrados a largo plazo.

La tasa de crecimiento a perpetuidad utilizada para extrapolar las proyecciones de flujo de caja más allá de los primeros cinco años se ha estimado entre un 2% y un 3%.

Intereses y dividendos recibidos de activos financieros

Los intereses y dividendos de activos financieros devengados con posterioridad al momento de la adquisición se registran como ingresos en la cuenta de pérdidas y ganancias. Los intereses se reconocen utilizando el método del tipo de interés efectivo y los dividendos cuando se declara el derecho a recibirlos.

Si los dividendos distribuidos proceden inequívocamente de resultados generados con anterioridad a la fecha de adquisición porque se hayan distribuido importes superiores a los beneficios generados por la participada desde la adquisición, no se reconocerán como ingresos, y minorarán el valor contable de la inversión. El juicio sobre si se han generado beneficios por la participada se realizará atendiendo exclusivamente a los beneficios contabilizados en la cuenta de pérdidas y ganancias individual desde la fecha de adquisición, salvo que de forma indubitada el reparto con cargo a dichos beneficios deba calificarse como una recuperación de la inversión desde la perspectiva de la entidad que recibe el dividendo.

4.6 Pasivos financieros

Clasificación y valoración

En el momento de reconocimiento inicial, la Sociedad clasifica todos los pasivos financieros en una de las categorías enumeradas a continuación:

- Pasivos financieros a coste amortizado
- Pasivos financieros a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias

Pasivos financieros a coste amortizado

La Sociedad clasifica todos los pasivos financieros en esta categoría excepto cuando deban valorarse a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Con carácter general, se incluyen en esta categoría los débitos por operaciones comerciales (“proveedores”) y los débitos por operaciones no comerciales (“acreedores varios”).

Los préstamos participativos que tienen las características de un préstamo ordinario o común también se incluyen en esta categoría sin perjuicio de que la operación se acuerde a un tipo de interés cero o por debajo de mercado.

Los pasivos financieros incluidos en esta categoría se valoran inicialmente por su valor razonable, que, salvo evidencia en contrario, se considera que es el precio de la transacción, que equivale al valor razonable de la contraprestación recibida ajustado por los costes de transacción que les sean directamente atribuibles. Esto es, los costes de transacción inherentes se capitalizan.

No obstante, los débitos por operaciones comerciales con vencimiento no superior a un año y que no tienen un tipo de interés contractual, así como los desembolsos exigidos por terceros sobre participaciones, cuyo importe se espera pagar en el corto plazo, se valoran por su valor nominal, cuando el efecto de no actualizar los flujos de efectivo no sea significativo.

Para la valoración posterior se utiliza el método de coste amortizado. Los intereses devengados se contabilizan en la cuenta de pérdidas y ganancias (gasto financiero), aplicando el método del tipo de interés efectivo.

No obstante, los débitos con vencimiento no superior a un año que, de acuerdo con lo dispuesto anteriormente, se valoren inicialmente por su valor nominal, continuarán valorándose por dicho importe.

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Pasivos financieros a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias

En esta categoría la Sociedad incluye los pasivos financieros que cumplan alguna de las siguientes condiciones:

- Son pasivos que se mantienen para negociar. Se considera que un pasivo financiero se posee para negociar cuando cumpla una de las siguientes condiciones:
 - o Se emite o asume principalmente con el propósito de readquirirlo en el corto plazo (por ejemplo, obligaciones y otros valores negociables emitidos cotizados que la empresa pueda comprar en el corto plazo en función de los cambios de valor).
 - o Es una obligación que un vendedor en corto tiene de entregar activos financieros que le han sido prestados (“venta en corto”).
 - o Forma parte en el momento de su reconocimiento inicial de una cartera de instrumentos financieros identificados y gestionados conjuntamente de la que existan evidencias de actuaciones recientes para obtener ganancias en el corto plazo.
 - o Es un instrumento financiero derivado, siempre que no sea un contrato de garantía financiera ni haya sido designado como instrumento de cobertura.
- Desde el momento del reconocimiento inicial, ha sido designado irrevocablemente para contabilizarlo al valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias (“opción de valor razonable”), debido a que:
 - o Se elimina o reduce de manera significativa una incoherencia o «asimetría contable» con otros instrumentos a valor razonable con cambios en pérdidas y ganancias; o
 - o Un grupo de pasivos financieros o de activos y pasivos financieros que se gestiona y su rendimiento se evalúa sobre la base de su valor razonable de acuerdo con una estrategia de gestión del riesgo o de inversión documentada y se facilite información del grupo también sobre la base del valor razonable al personal clave de la dirección.
- Opcionalmente y de forma irrevocable, se podrán incluir en su integridad en esta categoría los pasivos financieros híbridos con derivado implícito separable.

Los pasivos financieros incluidos en esta categoría se valoran inicialmente por su razonable, que, salvo evidencia en contrario, se asume que es el precio de la transacción, que equivale al valor razonable de la contraprestación recibida. Los costes de transacción que les sean directamente atribuibles se reconocen directamente en la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio.

Después del reconocimiento inicial la empresa valora los pasivos financieros comprendidos en esta categoría a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias.

En esta categoría de pasivos Puig incluye las obligaciones por compromisos de recompra de acciones propias (Nota 13).

Baja de balance de pasivos financieros

La Sociedad da de baja de balance un pasivo financiero previamente reconocido cuando la obligación se haya extinguido porque se ha realizado el pago al acreedor para cancelar la deuda (a través de pagos en efectivo u otros bienes o servicios), o porque al deudor se le exime legalmente de cualquier responsabilidad sobre el pasivo.

La contabilización de la baja de un pasivo financiero se realiza de la siguiente forma: la diferencia entre el valor en libros del pasivo financiero (o de la parte de él que se haya dado de baja) y la contraprestación pagada, incluidos los costes de transacción atribuibles, y en la que se ha de recoger asimismo cualquier activo cedido diferente del efectivo o pasivo asumido, se reconoce en la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio en que tenga lugar.

Reestructuración de deudas

La Sociedad, en determinados casos, lleva a cabo reestructuraciones de sus compromisos de deuda con sus acreedores. Por ejemplo: alargar el plazo de pago del principal a cambio de un tipo de interés mayor, no pagar y agregar los intereses en un único pago “bullet” de principal e intereses al final de la vida de la deuda, etc. Las formas en que esos cambios en los términos de una deuda pueden llevarse a cabo son varias:

- Pago inmediato del nominal (antes del vencimiento) seguido de una refinanciación de todo o parte del importe nominal a través de una nueva deuda (“intercambio de deuda”).
- Modificación de los términos del contrato de deuda antes de su vencimiento (“modificación de deuda”).

En estos casos de “intercambio de deuda” o de “modificación de deuda” con el mismo acreedor, la Sociedad analiza si ha existido un cambio sustancial en las condiciones de la deuda original. En caso de que haya existido un cambio sustancial, el tratamiento contable es el siguiente:

- el valor en libros del pasivo financiero original (o de su parte correspondiente) se da de baja del balance;
- el nuevo pasivo financiero se reconoce inicialmente por su valor razonable;
- los costes de la transacción se reconocen contra la cuenta de pérdidas y ganancias;
- también se reconoce contra pérdidas y ganancias la diferencia entre el valor en libros del pasivo financiero original (o de la parte del mismo que se haya dado de baja) y el valor razonable del nuevo pasivo.

En cambio, cuando tras el análisis, la Sociedad llega a la conclusión de que ambas deudas no tienen condiciones sustancialmente diferentes (se trata, en esencia, de la misma deuda), el tratamiento contable es el siguiente:

- el pasivo financiero original no se da de baja del balance (esto es, se mantiene en el balance);
- las comisiones pagadas en la operación de reestructuración se llevan como un ajuste al valor contable de la deuda;
- se calcula un nuevo tipo de interés efectivo a partir de la fecha de reestructuración. El coste amortizado del pasivo financiero se determina aplicando el tipo de interés efectivo, que es aquel que iguale el valor en libros del pasivo financiero en la fecha de modificación con los flujos de efectivo a pagar según las nuevas condiciones.

Las condiciones de los contratos se considerarán sustancialmente diferentes, entre otros casos, cuando el valor actual de los flujos de efectivo del nuevo contrato, incluida cualquier comisión pagada, neta de cualquier comisión recibida, difiera al menos en un diez por ciento del valor actual de los flujos de efectivo remanentes del contrato original, actualizados ambos importes al tipo de interés efectivo de este último.

Ciertas modificaciones en la determinación de los flujos de efectivo pueden no superar este análisis cuantitativo, pero pueden dar lugar también a una modificación sustancial del pasivo, tales como: un cambio de tipo de interés fijo a variable en la remuneración del pasivo, la reexpresión del pasivo a una divisa distinta, un préstamo a tipo de interés fijo que se convierte en un préstamo participativo, entre otros casos.

Durante los ejercicios 2023 y 2022, no se han producido reestructuraciones de los compromisos de deuda. En todos los casos la Sociedad ha llegado a la conclusión de que no se han modificado las condiciones de manera sustancial.

4.7 Valor razonable

El valor razonable es el precio que se recibiría por la venta de un activo o se pagaría para transferir o cancelar un pasivo mediante una transacción ordenada entre participantes en el mercado en la fecha de valoración. El valor razonable se determinará sin practicar ninguna deducción por los costes de transacción en que pudiera incurrirse por causa de enajenación o disposición por otros medios. No tiene en ningún caso el carácter de valor razonable el que sea resultado de una transacción forzada, urgente o como consecuencia de una situación de liquidación involuntaria.

El valor razonable se estima para una determinada fecha y, puesto que las condiciones de mercado pueden variar con el tiempo, ese valor puede ser inadecuado para otra fecha. Además, al estimar el valor razonable, la empresa tiene en cuenta las condiciones del activo o pasivo que los participantes en el mercado tendrían en cuenta a la hora de fijar el precio del activo o pasivo en la fecha de valoración.

Con carácter general, el valor razonable se calcula por referencia a un valor fiable de mercado. Para aquellos elementos respecto de los cuales existe un mercado activo, el valor razonable se obtiene, en su caso, mediante la aplicación de modelos y técnicas de valoración. Entre los modelos y técnicas de valoración se incluye el empleo de referencias a transacciones recientes en condiciones de independencia mutua entre partes interesadas y debidamente informadas, si estuviesen disponibles, así como referencias al valor razonable de otros activos que sean sustancialmente iguales, métodos de descuento de flujos de efectivo futuros estimados y modelos generalmente utilizados para valorar opciones.

En cualquier caso, las técnicas de valoración empleadas son consistentes con las metodologías aceptadas y utilizadas por el mercado para la fijación de precios, utilizándose, si existe, la que haya demostrado obtener unas estimaciones más realistas de los precios. Asimismo, tienen en cuenta el uso de datos observables de mercado y otros factores que sus participantes considerarían al fijar el precio, limitando en todo lo posible el empleo de consideraciones subjetivas y de datos no observables o contrastables.

La Sociedad evalúa la efectividad de las técnicas de valoración que utiliza de manera periódica, empleando como referencia los precios observables de transacciones recientes en el mismo activo que se valore o utilizando los precios basados en datos o índices observables de mercado que estén disponibles y resulten aplicables.

De esta forma, se deduce una jerarquía en las variables utilizadas en la determinación del valor razonable y se establece una jerarquía de valor razonable que permite clasificar las estimaciones en tres niveles:

- Nivel 1: estimaciones que utilizan precios cotizados sin ajustar en mercados activos para activos o pasivos idénticos, a los que la empresa pueda acceder en la fecha de valoración.
- Nivel 2: estimaciones que utilizan precios cotizados en mercados activos para instrumentos similares u otras metodologías de valoración en las que todas las variables significativas están basadas en datos de mercado observables directa o indirectamente.
- Nivel 3: estimaciones en las que alguna variable significativa no está basada en datos de mercado observables.

Una estimación del valor razonable se clasifica en el mismo nivel de jerarquía de valor razonable que la variable de menor nivel que sea significativa para el resultado de la valoración. A estos efectos, una variable significativa es aquella que tiene una influencia decisiva sobre el resultado de la estimación. En la evaluación de la importancia de una variable concreta para la estimación se tienen en cuenta las condiciones específicas del activo o pasivo que se valora.

4.8 Coberturas contables

Desde un punto de vista contable, la Sociedad divide los derivados financieros en dos grandes grupos:

- Derivados de negociación: se registran por su valor razonable y los cambios en dicho valor razonable se reconocen contra la cuenta de pérdidas y ganancias (se incluyen en la categoría «Activos / pasivos financieros a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias»).
- Derivados de cobertura: se registran igualmente por su valor razonable. No obstante, se aplican unas normas contables especiales denominadas contabilidad de coberturas. En función del modelo de contabilidad de coberturas, puede cambiar la contrapartida del cambio de valor del derivado o realizarse un ajuste a la contabilización del elemento cubierto.

El objetivo de la contabilidad de coberturas es eliminar o reducir las denominadas “asimetrías contables”. Dichas “asimetrías contables” generalmente surgen cuando la Sociedad contrata derivados (o a veces otro instrumento financiero) como cobertura (o compensación de los cambios en el valor razonable o en los flujos de efectivo) de otro elemento, y este elemento, o bien no se reconoce a valor razonable con cambios en la cuenta de resultados (por ejemplo, un préstamo a coste amortizado o unas existencias a coste), o bien ni siquiera aparece en balance (por ejemplo, una compra prevista de materias primas o una emisión prevista de un bono).

La asimetría provoca que la cuenta de pérdidas y ganancias tenga volatilidad durante la vida de la operación de cobertura, estando la empresa económicamente cubierta en relación con uno o varios riesgos concretos.

Para evitar la volatilidad que conlleva este distinto criterio de reconocimiento en resultados de ambas operaciones (instrumento de cobertura y partida cubierta), surgen las normas especiales de contabilidad de coberturas que se aplican a través de los modelos de contabilidad de coberturas. Estos modelos suponen aplicar unas normas contables especiales para romper la “asimetría contable”.

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Para poder aplicar las normas especiales de contabilidad de coberturas, la Sociedad cumple con los siguientes tres requisitos:

- Que los componentes de la cobertura (instrumento de cobertura y partida cubierta) se adecuen a lo establecido en la normativa contable, esto es, sean "elegibles".
- Que se prepare la documentación inicial y la designación formal de la cobertura.
- Que se cumpla con los requisitos de eficacia de la cobertura.

Existen tres modelos de contabilidad de coberturas: cobertura de valor razonable, cobertura de flujos de efectivo y cobertura de inversiones netas. Cada uno de ellos establece una solución para evitar la "asimetría contable" y cada uno de ellos se aplica a un tipo de cobertura específico.

Cobertura de valor razonable

En una cobertura del valor razonable se cubre la exposición a los cambios en el valor razonable de activos o pasivos reconocidos o de compromisos en firme aún no reconocidos, o de una parte concreta de los mismos, atribuible a un riesgo concreto que pueda afectar a la cuenta de pérdidas y ganancias (por ejemplo, la contratación de una permuta financiera para cubrir el riesgo de una financiación a tipo de interés fijo).

Las normas contables aplicables son las siguientes:

- Los cambios de valor del instrumento de cobertura se reconocen en la cuenta de resultados.
- Los cambios de valor del elemento cubierto (partida cubierta) atribuibles al riesgo cubierto se reconocen en la cuenta de resultados desde el inicio de la cobertura.

Cuando la partida cubierta sea un compromiso en firme no reconocido o un componente de este, el cambio acumulado en el valor razonable de la partida cubierta con posterioridad a su designación se reconoce como un activo o un pasivo, y la ganancia o pérdida correspondiente se reflejará en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Las modificaciones en el importe en libros de las partidas cubiertas que se valoren a coste amortizado implicarán la corrección, bien desde el momento de la modificación, bien (como tarde) desde que cese la contabilidad de coberturas, del tipo de interés efectivo del instrumento.

Cobertura de flujos de efectivo

En una cobertura de los flujos de efectivo se cubre la exposición a la variación de los flujos de efectivo que se atribuya a un riesgo concreto asociado a la totalidad o a un componente de un activo o pasivo reconocido (tal como la contratación de una permuta financiera para cubrir el riesgo de una financiación a tipo de interés variable), o a una transacción prevista altamente probable (por ejemplo, la cobertura del riesgo de tipo de cambio relacionado con compras y ventas previstas de inmovilizados materiales, bienes y servicios en moneda extranjera), y que pueda afectar a la cuenta de pérdidas y ganancias. La cobertura del riesgo de tipo de cambio de un compromiso en firme puede ser contabilizada como una cobertura de flujos de efectivo o como una cobertura de valor razonable.

Las normas contables aplicables son las siguientes:

- El elemento cubierto no cambia su método de contabilización.
- La pérdida o ganancia del instrumento de cobertura, en la parte que constituya una cobertura eficaz, se reconocerá directamente en el patrimonio neto. Así, el componente de patrimonio neto que surge como consecuencia de la cobertura se ajustará para que sea igual, en términos absolutos, al menor de los dos valores siguientes:

- La pérdida o ganancia acumulada del instrumento de cobertura desde el inicio de la cobertura.
- El cambio acumulado en el valor razonable de la partida cubierta (es decir, el valor actual del cambio acumulado en los flujos de efectivo futuros esperados cubiertos) desde el inicio de la cobertura.

Cualquier pérdida o ganancia restante del instrumento de cobertura o cualquier pérdida o ganancia requerida para compensar el cambio en el ajuste por cobertura de flujos de efectivo calculada de acuerdo con el párrafo anterior, representa una ineficacia de la cobertura que obliga a reconocer en el resultado del ejercicio esas cantidades

El “reciclaje” del importe diferido en patrimonio neto a resultados depende del tipo de operación cubierta:

- Si una transacción prevista altamente probable cubierta da lugar posteriormente al reconocimiento de un activo no financiero o un pasivo no financiero, o una transacción prevista cubierta relativa a un activo no financiero o un pasivo no financiero pasa a ser un compromiso en firme al cual se aplica la contabilidad de coberturas del valor razonable, la empresa eliminará ese importe del ajuste por cobertura de flujos de efectivo y lo incluirá directamente en el coste inicial u otro importe en libros del activo o del pasivo. Se aplicará este mismo criterio en las Coberturas del riesgo de tipo de cambio de la adquisición de una inversión en una empresa del grupo, multigrupo o asociada.
- En el resto de los casos, el ajuste reconocido en patrimonio neto se transferirá a la cuenta de pérdidas y ganancias en la medida en que los flujos de efectivo futuros esperados cubiertos afecten al resultado del ejercicio (por ejemplo, en los ejercicios en que se reconozca el gasto por intereses o en que tenga lugar una venta prevista).
- No obstante, si el ajuste reconocido en patrimonio neto es una pérdida y la empresa espera que todo o parte de esta no se recupere en uno o más ejercicios futuros, ese importe que no se espera recuperar se reclasificará inmediatamente en el resultado del ejercicio.

4.9 Acciones propias

Las acciones propias se registran en el patrimonio neto como menos fondos propios cuando se adquieren, no registrándose ningún resultado en la cuenta de pérdidas y ganancias por su venta o cancelación. Los ingresos y gastos derivados de las transacciones con acciones propias se registran directamente en el patrimonio neto como menos reservas.

4.10 Efectivo y otros activos líquidos equivalentes

Este epígrafe incluye el efectivo en caja, las cuentas corrientes bancarias y los depósitos y adquisiciones temporales de activos que cumplen con todos los siguientes requisitos:

- Son convertibles en efectivo.
- En el momento de su adquisición su vencimiento no era superior a tres meses.
- No están sujetos a un riesgo significativo de cambio de valor.
- Forman parte de la política de gestión normal de tesorería de la Sociedad.

A efectos del estado de flujos de efectivo se incluyen como menos efectivo y otros activos líquidos equivalentes los descubiertos ocasionales que forman parte de la gestión de efectivo de la Sociedad.

4.11 Provisiones y pasivos contingentes

Provisiones

Las provisiones se reconocen en el balance cuando la Sociedad tiene una obligación actual (ya sea por una disposición legal, contractual o por una obligación implícita o tácita), surgida como consecuencia de sucesos pasados, que se estima probable que suponga una salida de recursos para su liquidación y que es cuantificable.

Las provisiones se valoran por el valor actual de la mejor estimación posible del importe necesario para cancelar o transferir a un tercero la obligación, registrándose los ajustes que surjan por la actualización de la provisión como un gasto financiero conforme se van devengando. Cuando se trata de provisiones con vencimiento inferior o igual a un año, y el efecto financiero no es significativo, no se lleva a cabo ningún tipo de descuento. Las provisiones se revisan a la fecha de cierre de cada balance y son ajustadas con el objetivo de reflejar la mejor estimación actual del pasivo correspondiente en cada momento.

Pasivos contingentes

Se consideran pasivos contingentes las obligaciones posibles surgidas como consecuencia de sucesos pasados, cuya materialización futura está condicionada a que ocurra, o no, uno o más eventos futuros independientes de la voluntad de la Sociedad, y para los que se estima improbable que supongan una salida de recursos o que no son cuantificables.

Los pasivos contingentes no se reconocen en las cuentas anuales. No obstante, se informa de los mismos en la memoria en el caso de que no se consideren remotos.

4.12 Pasivos por retribuciones a largo plazo al personal

La Sociedad tiene compromisos por pensiones de aportación definida en relación a los cuales realiza contribuciones de carácter predeterminado a una entidad aseguradora, sin que exista la obligación legal, contractual o implícita de realizar contribuciones adicionales si la entidad aseguradora no pudiera atender los compromisos asumidos. Las aportaciones realizadas se imputan a la cuenta de pérdidas y ganancias conforme al principio de devengo.

Transacciones con pagos basados en instrumentos de patrimonio

Puig entrega planes de acciones que pueden liquidarse bien en efectivo o bien en instrumentos de patrimonio, tratándose de un instrumento compuesto, que incluye un componente de deuda y un componente de patrimonio. Cuando se distribuye el importe en libros inicial de un instrumento financiero compuesto entre sus componentes de pasivo y de patrimonio, se asigna al instrumento de patrimonio el importe residual que se obtenga después de deducir, del valor razonable del instrumento en su conjunto, el importe que se haya determinado por separado para el componente de pasivo. El valor de cualquier elemento derivado que esté implícito en el instrumento financiero compuesto, pero sea distinto del componente de patrimonio se incluirá dentro del componente de pasivo. Así, por tanto, se ha considerado que el valor razonable del instrumento se corresponde con el valor razonable del componente de deuda, y por tanto, el componente de patrimonio es nulo, y su tratamiento será asimilable a un plan liquidado en efectivo en base a lo siguiente:

- El empleado, que es quien tiene la opción, puede decidir liquidar dicho plan mediante la compra/entrega de acciones/participaciones
- En todos los casos, al existir opciones de compra-venta cruzadas, finalmente esas acciones se tendrán que liquidar en efectivo a Puig, pasado un determinado plazo, y, por tanto, se pone de manifiesto un evento de liquidez futuro en el 100% de los casos

Adicionalmente, hay planes de remuneración a largo plazo basados en planes de liquidación en efectivo.

El gasto de personal se determina en base al valor razonable del pasivo, referido a la fecha en la que se cumplan los requisitos para su reconocimiento. El gasto de personal se registra a medida que se prestan los servicios en el periodo estipulado y es ajustada de acuerdo con la rotación real.

4.13 Impuesto sobre beneficios

La Sociedad se encuentra sujeta al Impuesto sobre Sociedades bajo el régimen de tributación consolidada, siendo Puig S.L. la responsable de dicha consolidación fiscal.

El gasto por impuesto sobre beneficios del ejercicio se calcula mediante la suma del impuesto corriente, que resulta de aplicar el correspondiente tipo de gravamen a la base imponible del ejercicio menos las bonificaciones y deducciones existentes, y de las variaciones producidas durante dicho ejercicio en los activos y pasivos por impuestos diferidos registrados. Se reconoce en la cuenta de pérdidas y ganancias, excepto cuando corresponde a transacciones que se registran directamente en el patrimonio neto, en cuyo caso el impuesto correspondiente también se registra en el patrimonio neto.

Los impuestos diferidos se registran para las diferencias temporarias existentes en la fecha del balance entre la base fiscal de los activos y pasivos y sus valores contables. Se considera como base fiscal de un elemento patrimonial el importe atribuido al mismo a efectos fiscales.

El efecto impositivo de las diferencias temporarias se incluye en los correspondientes epígrafes de "Activos por impuesto diferido" y "Pasivos por impuesto diferido" del balance.

La Sociedad reconoce un pasivo por impuesto diferido para todas las diferencias temporarias imponibles, salvo, en su caso, para las excepciones previstas en la normativa vigente

La Sociedad reconoce los activos por impuesto diferido para todas las diferencias temporarias deducibles, créditos fiscales no utilizados y bases imponibles negativas pendientes de compensar, en la medida en que resulte probable que la Sociedad disponga de ganancias fiscales futuras que permitan la aplicación de estos activos, salvo, en su caso, para las excepciones previstas en la normativa vigente.

En la fecha de cierre de cada ejercicio la Sociedad evalúa los activos por impuestos diferidos reconocidos y aquellos que no se han reconocido anteriormente. En base a tal evaluación, la Sociedad procede a dar de baja un activo reconocido anteriormente si ya no resulta probable su recuperación, o procede a registrar cualquier activo por impuesto diferido no reconocido anteriormente siempre que resulte probable que la Sociedad disponga de ganancias fiscales futuras que permitan su aplicación.

Los activos y pasivos por impuesto diferido se valoran a los tipos de gravamen esperados en el momento de su reversión, según la normativa vigente aprobada, y de acuerdo con la forma en que racionalmente se espera recuperar o pagar el activo o pasivo por impuesto diferido.

Los activos y pasivos por impuesto diferido no se descuentan y se clasifican como activos y pasivos no corrientes, independientemente de la fecha de realización o liquidación.

4.14 Clasificación de los activos y pasivos entre corrientes y no corrientes

Los activos y pasivos se presentan en el balance clasificados entre corrientes y no corrientes. A estos efectos, los activos y pasivos se clasifican como corrientes cuando están vinculados al ciclo normal de explotación de la Sociedad y se esperan vender, consumir, o liquidar en el plazo máximo de un año, o se trata de efectivo y otros activos líquidos equivalentes cuya utilización no está restringida por un periodo superior a un año.

El ciclo normal de explotación de la Sociedad es inferior a un año para todas sus actividades.

4.15 Ingresos y gastos

La Sociedad reconocerá los ingresos por el desarrollo ordinario de su actividad cuando se produzca la transferencia del control de los servicios comprometidos con los clientes. En ese momento la Sociedad valorará el ingreso por el importe que refleje la contraprestación a la que espera tener derecho a cambio de dichos servicios.

Para aplicar este criterio de registro contable de ingresos, la Sociedad seguirá un proceso completo que consta de las siguientes etapas sucesivas:

- a) Identificar el contrato (o contratos) con el cliente.
- b) Identificar la obligación u obligaciones a cumplir en el contrato.
- c) Determinar el precio de la transacción.
- d) Asignar el precio de la transacción a las obligaciones a cumplir.
- e) Reconocer el ingreso por actividades ordinarias cuando la sociedad cumple una obligación comprometida.

La Sociedad reconoce los ingresos derivados de un contrato cuando se produce la transferencia al cliente del control sobre los servicios comprometidos (es decir, la o las obligaciones a cumplir).

Para cada obligación a cumplir que se identifique, la Sociedad determina al comienzo del contrato si el compromiso asumido se cumple a lo largo del tiempo o en un momento determinado.

Los ingresos derivados de los compromisos que se cumplen a lo largo del tiempo se reconocen en función del grado de avance o progreso hacia el cumplimiento completo de las obligaciones contractuales siempre que la Sociedad disponga de información fiable para realizar la mediación del grado de avance.

En el caso de las obligaciones contractuales que se cumplen en un momento determinado, los ingresos derivados de su ejecución se reconocen en tal fecha. Los costes incurridos en la producción o fabricación del producto se contabilizan como existencias.

Los ingresos ordinarios procedentes de la prestación de servicios se valoran por el importe monetario o, en su caso, por el valor razonable de la contrapartida, recibida o que se espere recibir. La contrapartida es el precio acordado para los activos a transferir al cliente, deducido: el importe de cualquier descuento, rebaja en el precio u otras partidas similares que la Sociedad pueda conceder, así como los intereses incorporados al nominal de los créditos.

La tenencia de participaciones en sociedades del grupo, multigrupo y asociadas se considera como la actividad ordinaria de la Sociedad y por la que obtiene ingresos de carácter periódico. En aplicación del criterio manifestado por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas en relación con la determinación del importe neto de la cifra de negocios en sociedades holding (consulta número 2 del Boletín oficial del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas número 79), los dividendos de empresas del grupo y asociadas y los intereses percibidos por préstamos concedidos a empresas del grupo y asociadas se recogen como "Importe neto de la cifra de negocios". Asimismo, si se diera el caso, se considera el epígrafe "Deterioro y resultados por enajenaciones de instrumentos de patrimonio en empresas del grupo y asociadas" dentro del Resultado de explotación.

Los intereses recibidos de activos financieros se reconocen utilizando el método del tipo de interés efectivo y los dividendos, cuando se declara el derecho de los accionistas a recibirlos. En cualquier caso, los intereses y dividendos de activo financieros devengados con posterioridad al momento de la adquisición se reconocen como ingresos en la cuenta de pérdidas y ganancias. Si los dividendos distribuidos procedieran inequívocamente de resultados generados con anterioridad a la fecha de adquisición porque se han distribuido importes superiores a los beneficios generados por la participada desde la adquisición, minoran el valor contable de la inversión.

4.16 Transacciones en moneda extranjera

La moneda funcional de la Sociedad es el euro. Consecuentemente, las operaciones en otras divisas distintas del euro se consideran denominadas en moneda extranjera y se registran según los tipos de cambio vigentes en la fecha de la transacción.

Al cierre del ejercicio, los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera se convierten al tipo de cambio vigente en la fecha de balance. Las diferencias de cambio, tanto positivas como negativas, que se originen en este proceso, así como las que se produzcan al liquidar dichos elementos patrimoniales, se reconocen en la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio en el que se producen.

4.17 Elementos patrimoniales de naturaleza medioambiental

Dada la actividad de la Sociedad, esta carece de elementos patrimoniales de naturaleza medioambiental.

4.18 Operaciones con partes vinculadas

Las transacciones con partes vinculadas se contabilizan de acuerdo con las normas de valoración detalladas anteriormente.

4.19 Indemnizaciones por despido

De acuerdo con la legislación laboral vigente, la Sociedad está obligada al pago de indemnizaciones a aquellos empleados con los que, en determinadas condiciones, rescinda sus relaciones laborales. Las indemnizaciones por despido susceptibles de cuantificación razonable se registran como gasto del ejercicio en el que existe una expectativa válida, creada por la Sociedad frente a los terceros afectados.

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

5. INMOVILIZADO INTANGIBLE

El detalle y los movimientos de las distintas partidas que componen el inmovilizado intangible son los siguientes:

(Miles de euros)	Saldo inicial	Aportación no dineraria (Nota 11.1)	Altas y (dotaciones)	Bajas	Saldo final
Ejercicio 2023					
Coste					
Aplicaciones informáticas	264	-	90	-	354
Amortización acumulada					
Aplicaciones informáticas	(264)	-	(2)	-	(266)
Valor neto contable	-	-	88	-	88
Ejercicio 2022					
Coste					
Aplicaciones informáticas	18	246	-	-	264
Amortización acumulada					
Aplicaciones informáticas	(18)	(246)	-	-	(264)
Valor neto contable	-	-	-	-	-

Al 31 de diciembre de 2023 no existían compromisos firmes de compra de inmovilizado intangible. Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad ha adquirido una licencia por importe de 90 miles de euros. La Sociedad tenía aplicaciones informáticas totalmente amortizadas al 31 de diciembre de 2023 por importe de 264 miles de euros (264 miles de euros al 31 de diciembre de 2022).

6. INMOVILIZADO MATERIAL

El detalle y los movimientos de las distintas partidas que componen el inmovilizado material son los siguientes:

(Miles de euros)	Saldo inicial	Aportación no dineraria (Nota 11.1)	Altas y dotaciones)	Bajas	Saldo final
Ejercicio 2023					
Coste					
Mobiliario	524	-	-	-	524
Otras instalaciones	134	-	-	-	134
Otro inmovilizado material	-	-	-	-	-
Amortización acumulada					
Mobiliario	(471)	-	(41)	-	(512)
Otras instalaciones	(132)	-	(1)	-	(133)
Otro inmovilizado material	-	-	-	-	-
Valor neto contable	55	-	(42)	-	13
Ejercicio 2022					
Coste					
Mobiliario	6	531	8	(21)	524
Otras instalaciones	-	134	-	-	134
Otro inmovilizado material	18	-	-	(18)	-
Amortización acumulada					
Mobiliario	(6)	(457)	(8)	-	(471)
Otras instalaciones	-	(132)	-	-	(132)
Otro inmovilizado material	(18)	-	-	18	-
Valor neto contable	-	76	-	(21)	55

Al 31 de diciembre de 2023 y de 2022 no existían compromisos firmes de compra de inmovilizado material.

La Sociedad tenía elementos de inmovilizado material totalmente amortizados en uso al 31 de diciembre de 2023 por importe de 245 miles de euros (245 miles de euros al 31 de diciembre de 2022).

La Sociedad tiene contratadas pólizas de seguro que cubren el valor neto contable del inmovilizado material.

Puig Brands, S.A.**Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023****6.1 Arrendamientos operativos**

La Sociedad tiene contratos de arrendamiento operativo correspondientes fundamentalmente a inmuebles. La titularidad de los contratos de arrendamiento fue transmitida a la Sociedad a raíz de la aportación no dineraria recibida de Puig, S.L. El total de pagos mínimos futuros, derivados de contratos de arrendamiento operativo no cancelables a 31 de diciembre que se van a satisfacer, es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Menos de un año	325	311
Después de un año pero antes de tres años	904	1.157
Más de tres años	1.412	1.334
Total	2.641	2.802

7. ACTIVOS FINANCIEROS

El detalle y clasificación de los activos financieros al 31 de diciembre es el siguiente:

(Miles de euros)	Créditos y otros (Nota 9)		Instrumentos de patrimonio (Nota 8)		Derivados (Nota 17)		2023	2022
	2023	2022	2023	2022	2023	2022		
<u>Activos financieros a largo plazo</u>								
Activos a coste	-	-	2.553.323	2.501.423	-	-	2.553.323	2.501.423
Activos a coste amortizado	1.242.951	1.190.421	-	-	-	-	1.242.951	1.190.421
Activos a valor razonable con cambios en patrimonio	-	-	-	-	22.957	42.078	22.957	42.078
	1.242.951	1.190.421	2.553.323	2.501.423	22.957	42.078	3.819.231	3.733.922
<u>Activos financieros a corto plazo</u>								
Activos a coste amortizado	764.341	295.420	-	-	-	-	764.341	295.420
Activos a valor razonable con cambios en resultado	-	-	-	-	6.365	11.132	6.365	11.132
	764.341	295.420	-	-	6.365	11.132	770.706	306.552
	2.007.292	1.485.841	2.553.323	2.501.423	29.322	53.210	4.589.937	4.040.474

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Estos importes se incluyen en las siguientes partidas del balance:

(Miles de euros)	Créditos y otros (Nota 9)		Instrumentos de patrimonio (Nota 8)		Derivados (Nota 17)		2023	2022
	2023	2022	2023	2022	2023	2022		
Activos financieros no corrientes								
Instrumentos de patrimonio (Nota 8)	-	-	2.553.323	2.501.423	-	-	2.553.323	2.501.423
Créditos a empresas (Nota 18.1)	1.241.885	1.189.835	-	-	-	-	1.241.885	1.189.835
Crédito a terceros	480	-	-	-	-	-	480	-
Derivados	-	-	-	-	22.957	42.078	22.957	42.078
Otros activos financieros	586	586	-	-	-	-	586	586
	1.242.951	1.190.421	2.553.323	2.501.423	22.957	42.078	3.819.231	3.733.922
Activos financieros corrientes								
Clientes, empresas del grupo y asociadas (Nota 18.1)	85.563	23.787	-	-	-	-	85.563	23.787
Deudores varios	14	10	-	-	-	-	14	10
Personal	44	87	-	-	-	-	44	87
Otros créditos con las Administraciones Públicas	-	228	-	-	-	-	-	228
Créditos a empresas (Nota 18.1)	675.246	269.354	-	-	-	-	675.246	269.354
Créditos a empresas	42	33	-	-	-	-	42	33
Valores representativos de deuda	410	-	-	-	-	-	410	-
Otros activos financieros	3.022	1.921	-	-	-	-	3.022	1.921
Derivados	-	-	-	-	6.365	11.132	6.365	11.132
	764.341	295.420	-	-	6.365	11.132	770.706	306.552
	2.007.292	1.485.841	2.553.323	2.501.423	29.322	53.210	4.589.937	4.040.474

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

8. INVERSIONES EN EMPRESAS DEL GRUPO, MULTIGRUPO Y ASOCIADAS

El detalle y los movimientos de las distintas partidas que componen este epígrafe son los siguientes:

(Miles de euros)	Saldo inicial	Altas	Aportación no dineraria (Nota 11.1)	Trasposos a largo/ corto plazo	Bajas	Saldo final
Ejercicio 2023						
Instrumentos de patrimonio	2.501.423	200.635	-	-	(148.735)	2.553.323
Créditos a empresas del grupo (Nota 18.1)	1.189.835	21.451	-	35.906	(5.307)	1.241.885
	3.691.258	222.086	-	35.906	(154.042)	3.795.208
Ejercicio 2022						
Instrumentos de patrimonio	51.186	188.083	2.269.987	-	(7.833)	2.501.423
Créditos a empresas del grupo (Nota 18.1)	-	4.867	1.413.863	(40.812)	(188.083)	1.189.835
	51.186	192.950	3.683.850	(40.812)	(195.916)	3.691.258

Al cierre de los ejercicios 2023 y 2022 no existen correcciones valorativas por deterioro.

(Miles de euros)	31 de diciembre de 2023		31 de diciembre de 2022	
	Valor neto contable	Porcentaje de participación directa	Valor neto contable	Porcentaje de participación directa
Antonio Puig, S.A.U.	235.919	100 %	234.520	100 %
Puig North America, Inc.	131.512	100 %	131.512	100 %
División Puig España, S.L.U.	-	-	1.399	100 %
Puig México S.A. de C.V.	274	1,95 %	274	1,95 %
Puig International, S.A.	239.227	100 %	239.227	100 %
Sociedad Textil Lonía, S.A.	129.772	25 %	129.772	25 %
Puig France, S.A.S.	123.618	46 %	123.618	46 %
Prado Investments, Ltd.	802.845	76 %	802.845	76 %
Apivita, S.A.	39.999	34 %	39.999	34 %
Apivita Ventures, S.L.U.	51.337	100 %	51.337	100 %
Isdin, S.A.	553.495	50 %	553.495	50 %
Aubelia, S.A.S.	193.373	100 %	193.373	100 %
Perfumes E Cosméticos Puig Portugal – Distribuidora, S.A.	9	-	9	-
Distribuidora Puig Chile, S.A.	43	1%	43	1%
Van Noten Andries NV	51.900	30%	-	-
Total	2.553.323		2.501.423	

Ejercicio 2023

Con fecha 28 de diciembre de 2023, la Sociedad ha ejecutado el derecho y obligación cruzada “call/put” que se firmó con el socio minoritario, Mr. Andries Van Noten, adquiriendo el 30% de las acciones totales del Grupo Dries Van Noten NV por un valor neto contable de 51.900 miles de euros.

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Adquisición y venta de acciones y participaciones de Puig Gest, S.A. y Puig, S.L.

En 2023, se han intercambiado acciones y participaciones de Puig Gest, S.A. y Puig, S.L. mantenidas por los empleados de Puig con opciones de compra-venta, por Puig Brands, S.A. a cambio de acciones propias. Adicionalmente, en 2023, Puig Brands, S.A. ha vendido las participaciones y acciones adquiridas (Puig, S.L. y Puig Gest, S.A.) a Puig, S.L.

Los contratos de opciones de compra-venta para las participaciones y acciones de Puig S.L. y Puig Gest, S.A. fueron firmados, al momento de la adquisición de las acciones, por los accionistas de Puig Brands, S.A. y los beneficiarios acordando una fórmula vinculada al rendimiento de Puig para determinar el precio de las acciones. El precio acordado de las acciones (según los contratos de opción de venta y compra) en el momento del intercambio de acciones realizado por Puig Brands, S.A. ha ascendido a 68.134 miles de euros.

Tras la adquisición de las participaciones y acciones de Puig, S.L. y Puig Gest, S.A., Puig Brands, S.A. ha vendido a Puig, S.L. las acciones adquiridas a su valor razonable, ascendiendo el mismo a 148.734 miles de euros (143.520 miles de euros liquidados como parte de la transacción de adquisición de acciones propias y 5.214 miles de euros liquidados en efectivo).

Las opciones de compra-venta de las acciones y participaciones de Puig Gest, S.A. y Puig S.L. fueron inicialmente con los accionistas de Puig Brands, S.A. (directos e indirectos), pero en 2023, en el contexto de la reorganización interna, los accionistas han acordado transferir los derechos de estos acuerdos a Puig Brands, S.A.. En consecuencia, la diferencia de valoración entre la adquisición (vinculada a una fórmula según los acuerdos de venta y compra) y su valor razonable, ha sido contabilizada como una contribución de los accionistas ascendiendo a 80.601 miles de euros.

Ejercicio 2022

Con fecha 30 de junio de 2022, el Accionista Único procedió a realizar un aumento de capital en la Sociedad mediante la aportación no dineraria de las participaciones en otras sociedades dependientes de su propiedad a favor de dicha sociedad por un valor neto contable de 2.164.205 miles de euros, a excepción de las participaciones de Isdin, S.A. y Sociedad Textil Lonía, S.A. cuya participación es del 50% y 25% respectivamente que fueron traspasadas por su valor razonable según la Norma de Registro y Valoración número 21 del Plan General Contable generándose una revalorización de dichas participaciones por importe de 105.782 miles de euros.

El 21 de diciembre del ejercicio 2022 se realizó una ampliación de capital en la sociedad participada Puig International, S.A. por importe de 188.083 miles de euros. Dicho incremento se realizó contra una condonación de créditos a largo plazo por el mismo importe.

El 14 de julio de 2022 la Sociedad recibió un dividendo de la sociedad participada Isdin, S.A. por importe de 6.500 miles de euros, correspondiente a resultados generados con anterioridad a la adquisición de dicha sociedad participada por parte de la Sociedad, dicho dividendo se consideró como menor valor de la participación en virtud del artículo 31 de la Resolución del 5 de marzo de 2019, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas.

Adicionalmente, en noviembre del ejercicio 2022 se procedió a la venta de la participación financiera de Seedtag Advertising, S.L. por importe de 24.309 miles de euros generándose un beneficio a favor de la Sociedad por importe de 22.976 miles de euros (Nota 16.1).

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

El 23 de junio de 2020 Puig, S.L. obtuvo el control de la sociedad Prado Investments, Ltd, aportando 802.844 miles de euros por el 76,40 % de las participaciones sociales. Adicionalmente, la Sociedad firmó un acuerdo "call/put" con el socio minoritario de la misma para adquirir en el futuro sus participaciones estableciendo una contraprestación variable la cual contiene un importe fijo mínimo. Durante el ejercicio 2022 a raíz de la aportación no dineraria mencionada en la Nota 11.1 se ha transmitido el control de la sociedad Prado Investments, Ltd así como el acuerdo "call/put" con el socio minoritario a Puig Brands, S.A. A 31 de diciembre de 2023 y de 2022, el valor del derivado asociado a dicha opción se ha considerado no significativo.

8.1 Descripción de las inversiones en empresas del grupo, multigrupo y asociadas

La información relativa a las empresas del grupo, multigrupo y asociadas es la siguiente:

Antonio Puig, S.A.U.

A 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee el 100% de Antonio Puig, S.A.U., domiciliada en España y cuya actividad consiste, básicamente, en la fabricación, distribución y venta de toda clase de productos de perfumería, jabonería y cosmética.

A 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de Antonio Puig, S.A.U. muestra un capital social de 6.352 miles de euros (6.352 miles de euros al 31 de diciembre de 2022), un resultado del ejercicio de 129.790 miles de euros (88.896 miles de euros al 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios de 229.231 miles de euros (267.405 miles de euros al 31 de diciembre de 2022).

Durante el ejercicio 2023 se han percibido dividendos de Antonio Puig, S.A.U. por importe de 173.896 miles de euros.

Puig North America, Inc.

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee el 100% del capital de Puig North America, Inc., domiciliada en Estados Unidos y cuya actividad consiste, básicamente, en la distribución y venta de toda clase de productos de perfumería, jabonería, cosmética y moda.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 170.642 miles de euros (176.598 miles de euros al 31 de diciembre de 2022), un resultado positivo del ejercicio de 42.583 miles de euros (44.700 miles de euros al 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios de 215.757 miles de euros (208.560 miles de euros al 31 de diciembre de 2022).

Durante el ejercicio 2023 se han percibido dividendos por importe de 27.407 miles de euros de Puig North America, Inc. Durante el ejercicio 2022 no se percibieron dividendos de Puig North America, Inc.

División Puig España, S.L.U.

Al 31 de diciembre de 2023, División Puig España, S.L.U. ha sido fusionada con Antonio Puig, S.A.U.

Al 31 de diciembre de 2022, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 841 miles de euros, un resultado del ejercicio de 1.621 miles de euros y unos fondos propios de 5.930 miles de euros.

Durante el ejercicio 2022 no se percibieron dividendos de División Puig España, S.L.U.

Durante el ejercicio 2023 no se han percibido dividendos de División Puig España, S.L.U.

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Puig México S.A. de C.V.

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee el 1,948%, e indirectamente el 100%, del capital social de Puig México, S.A. de C.V., domiciliada en México y cuya actividad consiste, básicamente, en la comercialización de toda clase de productos de perfumería, jabonería y cosmética.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 19.244 miles de euros (17.276 miles de euros al 31 de diciembre de 2022), un resultado del ejercicio positivo de 21.773 miles de euros (13.982 miles de euros al 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios de 44.690 miles de euros (33.848 miles de euros al 31 de diciembre de 2022).

Durante el ejercicio 2023 la Sociedad ha percibido dividendos por importe de 290 miles de euros de Puig México S.A. de C.V.

Puig International, S.A.

Al 31 de diciembre de 2023 y 2022, la Sociedad posee directamente el 100%, del capital de Puig International, S.A., domiciliada en Suiza y cuya actividad consiste, básicamente, distribución y venta de toda clase de productos de perfumería, jabonería, cosmética.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 252.062 miles de euros (188.666 miles de euros al 31 de diciembre de 2022), un resultado del ejercicio de 102.702 miles de euros (69.106 miles de euros al 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios 620.559 miles de euros (513.667 miles de euros al 31 de diciembre de 2022).

Durante el ejercicio 2023 ni 2022 la Sociedad no ha percibido dividendos de Puig International, S.A.

Sociedad Textil Lonia, S.A

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee el 25% del capital social de Sociedad Textil Lonia, S.A. domiciliada en España y cuya actividad principal consiste en la fabricación, compra y venta y comercialización de todo tipo de productos textiles y complementos de vestir, prendas, perfumes, colonias y artículos de uso personal.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación consolidado de dicha sociedad muestra un capital social de 18.030 miles de euros (18.030 miles de euros en el ejercicio 2022), un resultado del ejercicio de 54.646 miles de euros (resultado de 69.833 miles de euros a 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios de 343.072 miles de euros (329.706 miles de euros en el ejercicio 2022).

Durante el ejercicio 2023 la Sociedad ha recibido dividendos por importe de 12.000 miles de euros. Durante el ejercicio 2022 la Sociedad recibió dividendos por importe de 6.000 miles de euros.

Puig France, S.A.S.

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee directamente el 46,24%, e indirectamente el 100%, del capital de Puig France, S.A.S, domiciliada en Francia y cuya actividad consiste, básicamente, en la fabricación, distribución y venta de toda clase de productos de perfumería, jabonería, cosmética y artículos de moda.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 138.331 miles de euros (138.331 al 31 de diciembre de 2022), un resultado del ejercicio de 25.913 miles de euros (16.224 miles de euros al 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios 128.762 miles de euros (119.459 miles de euros al 31 de diciembre de 2022).

Durante el ejercicio 2023 se han percibido dividendos por importe de 8.063 miles de euros de Puig France, S.A.S. Durante el ejercicio 2022 la Sociedad, no recibió dividendos.

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Prado Investments, Ltd

La Sociedad posee el 76,40% del capital de Prado Investments, Ltd. Domiciliada en el Reino Unido. Al 31 de diciembre de 2023, el principal activo de Prado Investments, Ltd. Es su inversión en Charlotte Tilbury Ltd. Charlotte Tilbury es una prestigiosa casa especializada en maquillaje y cuidado de la piel.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 943.845 miles de euros (924.815 miles de euros en el ejercicio 2022), un resultado del ejercicio negativo de 3.450 miles de euros (un resultado negativo de 14.220 miles de euros a 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios de 1.067.403 miles de euros (1.025.100 miles de euros en el ejercicio 2022).

Durante el ejercicio 2023 ni 2022 no se han percibido dividendos de Prado Investments, Ltd.

Apivita S.A.

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee directamente el 33,33% del capital de Apivita, S.A. (indirectamente el 100%, a través de su participación en Apivita Ventures, S.L.U.) domiciliada en Grecia y cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de soluciones naturales y eficaces de belleza.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 18.345 miles de euros (18.345 miles de euros en el ejercicio 2022), un resultado del ejercicio de 2.368 miles de euros (1.077 miles de euros en el ejercicio 2022) y unos fondos propios de 30.519 miles de euros (28.179 miles de euros en el ejercicio 2022).

Durante el ejercicio 2023 ni 2022 no se han percibido dividendos de Apivita, S.A.

Apivita Ventures, S.L.U.

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee el 100% de las participaciones sociales de Apivita Ventures, S.L.U. domiciliada en España y cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de soluciones naturales y eficaces de belleza.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 3 miles de euros (3 miles de euros al 31 de diciembre de 2022), un resultado del ejercicio negativo de 9 miles de euros (resultado negativo de 21 miles de euros al 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios de 45.284 euros (45.293 al 31 de diciembre de 2022).

Durante el ejercicio 2023 ni 2022 no se han percibido dividendos de Apivita Ventures, S.L.U.

Isdin, S.A.

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee el 50% del capital de Isdin S.A. domiciliada en España y cuya actividad consiste en la fabricación, elaboración y comercialización en todas sus formas, de productos químicos, biológicos y naturales de especialidades y productos farmacéuticos, dermatológicos, de higiene, de perfumería, cosmética, dietética, ortopédica, anexos y demás antecedentes y consecuentes de los anteriores.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación consolidado de dicha sociedad muestra un capital social de 277 miles de euros (277 miles de euros en 2022), un resultado del ejercicio de 76.340 miles de euros (56.837 miles de euros en 2022) y unos fondos propios de 298.138 miles de euros (241.115 miles de euros en 2022).

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Durante el ejercicio 2023 se han percibido dividendos por importe de 10.199 miles de euros. Durante el ejercicio 2022 se percibieron 6.500 miles de euros en concepto de dividendos.

Aubelia, S.A.S.

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee el 100% del capital de Aubelia, S.A.S., domiciliada en Francia y cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de soluciones naturales y eficaces de belleza.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación consolidado de dicha sociedad muestra un capital social de 8.828 miles de euros (8.828 miles de euros al 31 de diciembre de 2022), un resultado del ejercicio positivo de 14.861 miles de euros (15.816 miles de euros al 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios de 187.286 miles de euros (189.198 miles de euros al 31 de diciembre de 2022).

Durante el ejercicio 2023 se han percibido dividendos por importe de 15.000 miles de euros de Aubelia, S.A.S. Durante el ejercicio 2022 no se percibieron dividendos.

Perfumes Cosméticos Puig Portugal – Distribuidora, S.A.

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee el 0,00055%, e indirectamente el 100%, del capital social de Perfumes Cosméticos Puig Portugal – Distribuidora, S.A., domiciliada en Portugal y cuya actividad consiste, básicamente, en la comercialización de toda clase de productos de perfumería, jabonería y cosmética.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 557 miles de euros (557 miles de euros al 31 de diciembre de 2022), un resultado del ejercicio positivo de 3.020 miles de euros (2.220 miles de euros al 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios de 3.673 miles de euros (3.902 miles de euros al 31 de diciembre de 2022).

Durante el ejercicio 2023 la Sociedad ha percibido dividendos por importe de 17,5 de euros de Perfumes Cosméticos Puig Portugal – Distribuidora, S.A. Durante el ejercicio 2022 se percibieron 6,5 euros en concepto de dividendo.

Distribuidora Puig Chile, S.A.

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee el 1%, e indirectamente el 100%, del capital social de Distribuidora Puig Chile, S.A., domiciliada en Chile y cuya actividad consiste, básicamente, en la comercialización de toda clase de productos de perfumería, jabonería y cosmética.

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 944 miles de euros (1.005 miles de euros al 31 de diciembre de 2022), un resultado del ejercicio positivo de 8.160 miles de euros (10.311 miles de euros al 31 de diciembre de 2022) y unos fondos propios de 12.371 miles de euros (12.239 miles de euros al 31 de diciembre de 2022).

Durante el ejercicio 2023 la Sociedad ha percibido dividendos por importe de 75 miles de euros de Distribuidora Puig Chile, S.A.

Van Noten Andries NV

Al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad posee el 30%, e indirectamente el 100%, del capital social de Dries Van Noten, domiciliada en Bélgica y cuya actividad consiste, básicamente, en la comercialización de toda clase de productos de moda, cosmética y perfumería.

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Al 31 de diciembre de 2023, el balance de situación de dicha sociedad muestra un capital social de 197 miles de euros, un resultado del ejercicio positivo de 521 miles de euros y unos fondos propios de 22.342 miles de euros.

Durante el ejercicio 2023 la Sociedad no se han percibido dividendos de Van Noten Andries NV.

Correcciones valorativas

Durante los ejercicios 2023 y 2022 no existen correcciones valorativas por deterioro.

9. ACTIVOS FINANCIEROS A COSTE AMORTIZADO

El detalle de los activos financieros incluidos en esta categoría es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Activos financieros no corrientes		
Créditos a empresas del grupo (Nota 18.1)	1.241.885	1.189.835
Otros activos financieros	1.066	586
	1.242.951	1.190.421
Activos financieros corrientes		
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	85.621	24.112
Créditos a empresas del grupo (Nota 18.1)	675.246	269.354
Créditos a empresas	42	33
Valores representativos de deuda	410	-
Otros activos financieros	3.022	1.921
	764.341	295.420

Créditos a empresas del grupo

Los créditos a empresas del grupo corresponden a préstamos concedido a varias sociedades del grupo con vencimientos comprendidos entre diciembre de 2024 a mayo de 2037 por 1.917.131 miles de euros, con tipos de interés de mercado más un diferencial.

El detalle de los vencimientos anuales de dichos préstamos es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Año 2023	-	269.354
Año 2024	675.246	19.919
Año 2025	71.969	-
Año 2026	10.000	10.000
Año 2027	1.151.916	1.151.916
Años posteriores	8.000	8.000
	1.917.131	1.459.189

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar

La composición de este epígrafe es la siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Clientes, empresas del grupo y asociadas (Nota 18.1)	85.563	23.787
Deudores varios	14	10
Personal	44	87
Otros créditos con las Administraciones Públicas (Nota 15)	-	228
	85.621	24.112

A 31 de diciembre de 2023 y 2022, no existen correcciones valorativas por deterioro.

10. EFECTIVO Y OTROS ACTIVOS LÍQUIDOS EQUIVALENTES

La composición de este epígrafe es la siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Cuentas corrientes a la vista	242.166	144.361
Otros activos líquidos equivalentes	230.000	280.000
	472.166	424.361

Las cuentas corrientes devengan el tipo de interés de mercado para este tipo de cuentas.

Al 31 de diciembre de 2023 en el epígrafe de "Otros activos líquidos equivalentes" se compone de cinco depósitos con cuatro entidades bancarias, dichos depósitos tienen su vencimiento en enero de 2024.

No existen restricciones a la disponibilidad de estos saldos.

En cumplimiento de lo dispuesto en la disposición adicional 18ª de la Ley General Tributaria en relación con la obligación de informar sobre los bienes y derechos situados en el extranjero, se informa de que empleados de la Sociedad, residentes fiscales en territorio español en el ejercicio 2023 y 2022, están autorizados para operar con cuentas bancarias situadas en el extranjero, titularidad de las filiales extranjeras. La información sobre las mismas exigida en el artículo 42 bis.4.b) del Real Decreto 1065/2007, del Reglamento General de las actuaciones y los procedimientos de gestión e inspección tributaria, se encuentra registrada en documentos contables accesorios, los cuales resultan congruentes con las Cuentas Anuales, y que obran en poder de la compañía.

11. PATRIMONIO NETO – FONDOS PROPIOS

11.1 Capital escriturado

El capital social al 31 de diciembre de 2023 estaba fijado en 500.000.000 de acciones, 475.000.000 acciones de Clase A con un valor nominal de 0,30 euros acción y 25.000.000 acciones de Clase B con un valor nominal de 0,06 euros acción, ascendiendo el capital social a 144.000 miles de euros a 31 de diciembre de 2023.

Con fecha 20 de marzo de 2023, la Sociedad realizó una ampliación de capital con cargo a prima de emisión, por importe de 29.300 miles de euros, equivalente a 65.111 acciones con un valor nominal de 450 euros acción. En la misma fecha, se realizó la creación de dos tipologías de acciones, creándose 475.000.000 acciones de Clase A con un valor nominal de 0,30 euros acción y 25.000.000 acciones de Clase B con un valor nominal de 0,06 euros acción.

El capital social al 31 de diciembre de 2022 estaba fijado en 254.889 acciones de 450 euros de valor nominal cada una y una prima de emisión de 2.244.090 miles de euros.

Con fecha 30 de junio de 2022, el Socio Único de la Sociedad (a dicha fecha), Puig, S.L., realizó una ampliación de capital suscrita con cargo a aportaciones no dinerarias. El capital social de la Sociedad incrementó en 110.497 miles de euros, creándose 245.549 participaciones nuevas representativas del indicado aumento de capital (por valor de 450 euros cada una de ellas). Las nuevas participaciones se crearon con prima de emisión total de 2.210.872 miles de euros, es decir, una prima de emisión de 9.004 euros por participación (ver Nota 1).

En consecuencia, según la escritura pública inscrita en el Registro Mercantil con fecha 6 de julio del 2022, el importe total desembolsado en concepto de capital y prima de emisión ascendió a 2.321.369 miles euros. En relación con el valor contable de los activos y pasivos finalmente aportados a 30 de junio de 2022 ascendió a 2.350.071 miles de euros, registrándose la diferencia por valor de 36.930 miles de euros en el epígrafe de reservas de la Sociedad.

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

La aportación no dineraria fue desembolsada mediante la cesión de los siguientes activos y pasivos:

(Miles de euros)	Valores contables transmitidos
Aplicaciones informáticas (Nota 5)	-
Inmovilizado material (Nota 6)	76
Instrumentos de patrimonio (Nota 8)	2.269.987
Créditos a largo plazo (Nota 8)	1.413.863
Otros activos financieros	586
Activos por impuesto diferido (Nota 15.2)	13.540
Existencias	8
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	5.985
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	429.750
Otros activos financieros	24.766
Créditos a empresas.	33
Derivados	29.587
Periodificaciones a corto plazo	3.218
Efectivo	79.563
Retribuciones a largo plazo al personal (Nota 13)	(41.478)
Deudas a largo plazo y corto plazo con entidades de crédito (Nota 14.1)	(1.768.095)
Derivados	(7.134)
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	(91.691)
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	(4.265)
Aportación no dineraria en Puig Brands, S.A. (anteriormente Jorba Perfumes, S.A.U.)	2.358.299

El detalle de los accionistas y su participación en el capital social al 31 de diciembre de 2023 y 2022 es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Puig, S.L.	95,8%	100%
Acciones propias	1,3%	
Otros	2,9%	-
	100%	100%

11.2 Prima de emisión

La prima de emisión es de libre disposición siempre y cuando la reserva legal alcance el mínimo exigido y el patrimonio neto contable, una vez efectuada la distribución, sea superior al capital social.

Al 31 de diciembre de 2023 el importe de prima de emisión asciende a 2.214.790 miles de euros (2.244.090 al 31 de diciembre de 2022).

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

11.3 Reservas

El detalle de las distintas partidas que componen las reservas son los siguientes:

(Miles de euros)	2022	Aplicación del resultado	Dividendo	Otros movimientos	2023
Reserva legal	841	2.915	-	-	3.756
Reservas voluntarias	53.849	26.241	(80.000)	(150.661)	(150.571)
	54.690	29.156	(80.000)	(150.661)	(146.815)

(Miles de euros)	2021	Aplicación del resultado	Dividendo	Otros movimientos	2022
Reserva legal	841	-	-	-	841
Reservas voluntarias	16.889	30	-	36.930	53.849
	17.730	30	-	36.930	54.690

De acuerdo con la Ley de Sociedades de Capital española, la reserva legal, mientras no supere el límite del 20 por ciento del capital social, no es distribuible a los accionistas y sólo podrá destinarse, en el caso de no tener otras reservas disponibles, a la compensación de pérdidas. Esta reserva podrá utilizarse igualmente para ampliar el capital social en la parte que exceda del 10 por ciento del capital ya ampliado.

En la columna otros movimientos del ejercicio 2023, se ha registrado el menor valor patrimonial por importe de 238.871 miles de euros, correspondientes con el derecho de recompra de acciones propias en manos de empleados y administradores (Nota 11.4). Asimismo, también se incluyen 80.601 miles de euros correspondientes a la aportación de un contrato ventajoso por parte del accionista por el canje de las participaciones de Puig, S.L. y las acciones de Puig Gest, S.A. por acciones de Puig Brands, S.A. (nota 8).

11.4 Acciones propias

En mayo de 2023, la sociedad adquirió 21.000 mil acciones propias a su accionista único, Puig, S.L., por un importe total de 344.778 miles de euros.

Durante 2023, Puig entregó 4.131 mil acciones propias a empleados a cambio de 44.112 acciones de Puig Gest, S.A. y 950.406 acciones de Puig, S.L. (en poder de empleados procedentes de planes de retribución de ejercicios anteriores).

Adicionalmente, en 2023, Puig entregó 10.418 mil acciones propias a empleados (como liquidación de planes de retribución actuales) y miembros del Consejo de Administración.

La citada adquisición de 21.000 mil acciones propias (344.778 miles de euros) se ha pagado de la siguiente forma: efectivo por importe de 108.394 miles de euros, cancelación de préstamos con partes vinculadas por 92.863 miles de euros y compensación de cuentas a cobrar vinculadas a parte la venta de las participaciones Puig, S.L. y acciones de Puig, Gest, S.A. (Nota 8) por importe de 143.520 miles de euros.

Las acciones propias de Puig entregadas en 2023 tienen opciones cruzadas de compra y venta, siendo la Sociedad quien ha firmado estos contratos. Los compromisos para esta recompra se han contabilizado a su valor razonable en el epígrafe "Provisiones y otros pasivos" del pasivo a largo plazo por importe de 238.871 miles de euros (Nota 13).

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

A diciembre de 2023, Puig Brands posee 6.451 mil acciones propias por importe de 105.907 miles de euros.

(Miles de euros)	2022	Adquisición	Baja	2023
Acciones propias	-	344.778	(238.871)	105.907
	-	344.778	(238.871)	105.907

(Miles de acciones)	2022	Adquisición	Baja	2023
Acciones propias	-	21.000	(14.549)	6.451
	-	21.000	(14.549)	6.451

11.5 Información en relación con el derecho de separación del accionista por falta de distribución de dividendos (artículo 348 bis del texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital)

En el ejercicio 2023, la Sociedad ha repartido dividendos por importe de 160.000 miles de euros, siendo 80.000 euros dividendo a cuenta del resultado del ejercicio 2023.

En el ejercicio 2022 no se repartieron dividendos.

12. PATRIMONIO NETO – AJUSTES POR CAMBIOS DE VALOR

El detalle y los movimientos de los ajustes por cambios de valor son los siguientes:

(Miles de euros)	Saldo inicial	Activos financieros a valor razonable	Ingresos/ (gastos)	Efecto impositivo de los ingresos/ (gastos)	Saldo final
Ejercicio 2023					
Cobertura de flujos de efectivo	31.559	(39.352)	-	6.797	(996)
Cambios en valor razonable	(22.336)	22.336	-	-	-
	9.223	(17.016)	-	6.797	(996)
Ejercicio 2022					
Cobertura de flujos de efectivo	-	-	42.078	(10.519)	31.559
Cambios en valor razonable	-	(22.336)	-	-	(22.336)
	-	(22.336)	42.078	(10.519)	9.223

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

13. PROVISIONES Y OTROS PASIVOS A LARGO PLAZO

El detalle de provisiones y otros pasivos a largo plazo es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Obligaciones por compromisos de recompra de acciones propias	238.871	-
Obligaciones por prestaciones y otros compromisos a largo plazo al personal (plan de retribuciones)	388	57.982
	239.259	57.982

Durante el ejercicio 2023 los planes de retribución a largo plazo se consolidaron de manera anticipada dado que se alcanzaron los objetivos establecidos en los planes. Como consecuencia se entregaron acciones y participaciones de Puig Gest y Puig, S.L. a los beneficiarios. Posteriormente se decidió canjear todas las acciones de Puig Gest y participaciones de Puig SL en manos de los beneficiarios por acciones propias de Puig Brands, S.A.

A 31 de diciembre de 2023, la práctica totalidad del saldo se corresponde al pasivo derivado del compromiso de compra (opción de compra y venta cruzada con empleados y miembros del Consejo de Administración) de las acciones propias entregadas / vendidas durante el ejercicio 2023, por importe de 238.871 miles de euros (Nota 11.4).

A 31 de diciembre de 2022, los importes pendientes hacían referencia a planes de retribución a largo plazo y otros compromisos asumidos con los empleados.

14. PASIVOS FINANCIEROS

La composición de los pasivos financieros al 31 de diciembre es la siguiente:

(Miles de euros)	Deudas con entidades de crédito (nota 14.1)		Derivados (nota 17)		Acreedores y otros pasivos		Total	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Pasivos financieros a largo plazo								
Pasivos financieros a coste amortizado	1.758.428	1.621.665	-	-	-	-	1.758.428	1.621.665
Derivados	-	-	8.065	-	-	-	8.065	-
	1.758.428	1.621.665	8.065	-	-	-	1.766.493	1.621.665
Pasivos financieros a corto plazo								
Pasivos financieros a coste amortizado o coste	269.909	117.652	-	-	478.797	203.335	748.706	320.987
Derivados	-	-	3.364	11.521	-	-	3.364	11.521
	269.909	117.652	3.364	11.521	478.797	203.335	752.070	332.508
	2.028.337	1.739.317	11.429	11.521	478.797	203.335	2.518.563	1.954.173

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Estos importes se incluyen en las siguientes partidas del balance:

(Miles de euros)	Deudas con entidades de crédito (nota 14.1)		Derivados (nota 17)		Acreedores y otros pasivos		Total	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Pasivos financieros a largo plazo								
Deudas con entidades de crédito (Nota 14.1 y 17)	1.758.428	1.621.665	8.065	-	-	-	1.766.493	1.621.665
	1.758.428	1.621.665	8.065	-	-	-	1.766.493	1.621.665
Pasivos financieros a corto plazo								
Derivados (Nota 17)	-	-	3.364	11.521	-	-	3.364	11.521
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo (Nota 18.1)	-	-	-	-	460.706	187.547	460.706	187.547
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	-	-	-	-	18.090	15.788	18.090	15.788
Deudas con entidades de crédito (Nota 14.1)	269.909	117.652	-	-	-	-	269.909	117.652
Otros pasivos financieros	-	-	-	-	1	-	1	-
	269.909	117.652	3.364	11.521	478.797	203.335	752.070	332.508
	2.028.337	1.739.317	11.429	11.521	478.797	203.335	2.518.563	1.954.173

14.1 Pasivos financieros a coste amortizado

Préstamos y créditos de entidades de crédito

A 31 de diciembre de 2023, el detalle de las deudas con entidades de crédito es el siguiente (excluyendo las comisiones de apertura):

(Miles de euros)	2023	2022
A largo plazo		
Préstamos y créditos de entidades de crédito	1.758.428	1.621.665
	1.758.428	1.621.665
A corto plazo		
Préstamos y créditos de entidades de crédito	263.635	113.538
Intereses devengados pendientes de pago por préstamos bancarios	5.188	4.114
Intereses devengados pendientes de pago por IRS	1.086	-
	269.909	117.652
	2.028.337	1.739.317

El detalle de los préstamos y créditos de entidades de crédito es el siguiente:

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

(Miles de euros)	Importe pendiente de pago al 31 de diciembre de 2023	Concesión	Vencimiento
Préstamos	2.024.462	20.02.2020 -30.06.2023	15.05.2025 -31.05.2027
Intereses préstamos	5.188		-
Intereses IRS	1.086		

El importe registrado en el balance en el epígrafe de deudas con entidades de crédito incluye comisiones de apertura ya pagadas minorando el pasivo registrado que ascienden a 2.399 miles de euros a 31 de diciembre de 2023 (2.797 miles de euros a diciembre de 2022).

Estos préstamos devengan un interés de mercado.

El detalle de los vencimientos anuales de los principales de los préstamos y créditos de entidades de crédito al 31 de diciembre es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Año 2023	-	117.652
Año 2024	269.909	263.181
Año 2025	484.973	484.713
Año 2026	594.381	494.426
Año 2027	679.074	378.345
Años posteriores	-	-
	2.028.337	1.739.317

La mayor parte de los contratos de préstamo que actualmente ostenta Puig Brands, S.A. corresponden a los préstamos contraídos por Puig S.L. los cuales fueron aportados por el aquel entonces Socio Único de la Sociedad a través de la aportación no dineraria con fecha 30 de junio de 2022 por importe de 1.768.095 euros (Nota 11.1). Los préstamos aportados se corresponden a 65 millones de euros de préstamos originados en el ejercicio 2017 con vencimiento total en el ejercicio 2027 (85 millones a 31 de diciembre de 2022), 349 millones de euros que corresponden a préstamos originados en el ejercicio 2020 con vencimiento total en el ejercicio 2026 (434 millones de euros a 31 de diciembre de 2022), 260 millones de euros que corresponden a préstamos originados en el ejercicio 2021 (270 millones de euros a 31 de diciembre de 2022), los cuales devengan un tipo de interés fijo y variable.

Durante el ejercicio 2023, Puig ha contratado nuevos préstamos bancarios por importe de 400 millones de euros.

Durante el ejercicio 2022, Puig contrató nuevos préstamos bancarios por importe de 950 millones de euros.

Estos préstamos devengan un interés de mercado. La deuda sujeta a un tipo de interés variable asciende a 1.181 millones de euros (923 millones de euros a 31 de diciembre de 2022), la Sociedad tiene contratado 11 “swap de tipo de interés” con un notional de 981 millones de euros (723 millones de euros a 31 diciembre de 2022) y una valoración a cierre del ejercicio 2023 de 22.957 miles de euros y (8.065) miles de euros (42.078 miles de euros a 31 de diciembre de 2022) que figuran en el balance de la Sociedad.

Al 31 de diciembre de 2023 la Sociedad no tiene préstamos bancarios garantizados.

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Gran parte de las deudas financieras están sujetas al cumplimiento de una determinada ratio financiera (en base al EBITDA y deuda financiera neta), cuyo potencial incumplimiento, inexistente en el ejercicio 2023, así como previsiblemente en el futuro ejercicio económico, requiere el desistimiento por parte de las entidades financieras de los derechos resolutorios que a tal efecto les otorga.

El valor razonable de las deudas con entidades de crédito no difiere significativamente de su coste amortizado.

Durante el ejercicio 2023 se han devengado 56.210 miles de euros de intereses correspondientes a estos préstamos (14.863 miles de euros durante el ejercicio 2022), de los cuales 5.188 miles de euros están pendientes de pago al cierre de 2023 (4.114 miles de euros pendientes de pago en el cierre de 2022) y unos intereses pendientes de pago en concepto de los derivados de cobertura por tipo de interés por importe de 1.086 miles de euros.

Por otro lado, la Sociedad es titular de varias pólizas de crédito no dispuestas al cierre de 2023, por un importe total de 149 millones de euros (116 millones de euros a 31 de diciembre de 2022). Los saldos dispuestos durante el ejercicio 2023 de dichas pólizas han devengado intereses no significativos para la Sociedad.

14.2 Otros pasivos financieros

Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar

La composición de este epígrafe es la siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Proveedores, empresas del grupo y asociadas (Nota 18.1)	285	9.793
Acreeedores varios	6.179	5.629
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	1.171	325
Otras deudas con las Administraciones Públicas (Nota 15)	10.455	41
	18.090	15.788

15. SITUACIÓN FISCAL

Tal y como se detalla en la nota 4.13, la Sociedad se encuentra sujeta al Impuesto sobre Sociedades bajo el régimen de tributación consolidada junto con diversas filiales, siendo responsable de dicha consolidación fiscal, su accionista mayoritario, Puig, S.L. ante la Hacienda Pública. El Grupo de consolidación fiscal está compuesto por Antonio Puig, S.A.U., Puig Brands, S.A., Airparfum Timeless S.L., Laboratoires Dermatologiques d'Uriage Espagne S.L y Apivita Ventures, S.L.U.

El detalle de los saldos relativos a activos y pasivos fiscales es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Activos por impuesto diferido	6.349	10.686
Otros créditos con las Administraciones Públicas	-	203
IVA	-	25
Otros	-	178
	6.349	10.889
Pasivos por impuesto diferido	5.743	11.578
Pasivos por impuesto corriente		-
Otras deudas con las Administraciones Públicas (Nota 14.2)	10.455	41
IVA	6.994	26
IRPF	3.448	5
Seguridad Social	13	10
	16.198	11.619

Según las disposiciones legales vigentes, las liquidaciones de impuestos no pueden considerarse definitivas hasta que no hayan sido inspeccionadas por las autoridades fiscales o haya transcurrido el plazo de prescripción, actualmente establecido en cuatro años. La Sociedad tiene abiertos a inspección los cuatro últimos ejercicios para todos los impuestos que le son aplicables. En opinión de los Administradores de la Sociedad, así como de sus asesores fiscales, no existen contingencias fiscales de importes significativos que pudieran derivarse, en caso de inspección, de posibles interpretaciones diferentes de la normativa fiscal aplicable a las operaciones realizadas por la Sociedad.

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

15.1 Cálculo del Impuesto sobre Sociedades

La conciliación entre el importe neto de los ingresos y gastos del ejercicio y la base imponible (resultado fiscal) del Impuesto sobre Sociedades es la siguiente:

(Miles de euros)	Cuenta de pérdidas y ganancias
Ejercicio 2023	
Saldo de ingresos y gastos del ejercicio	279.924
Impuesto sobre Sociedades 2023	10.547
Regularización Impuestos sobre Sociedades 2022	557
Saldo de ingresos y gastos del ejercicio antes de impuestos	291.028
Diferencias permanentes	(233.189)
Diferencias temporarias	
Con origen en el ejercicio	17.323
Con origen en ejercicios anteriores	(38.335)
Base imponible previa (resultado fiscal)	36.827
Reserva de capitalización	-
Diferencias temporales por consolidación	(10.300)
Diferencias permanentes por consolidación	-
Base imponible (resultado fiscal)	26.527
Ejercicio 2022	
Saldo de ingresos y gastos del ejercicio	29.156
Impuesto sobre Sociedades 2022	(4.176)
Regularización Impuestos sobre Sociedades 2021	(1)
Saldo de ingresos y gastos del ejercicio antes de impuestos	24.979
Diferencias permanentes	(26.800)
Diferencias temporarias	
Con origen en el ejercicio	8.570
Con origen en ejercicios anteriores	(13.268)
Base imponible previa (resultado fiscal)	(6.519)
Reserva de capitalización	(9.536)
Diferencias temporales por consolidación	12.787
Base imponible (resultado fiscal)	(3.268)

Las diferencias permanentes corresponden principalmente a dividendos de sociedades del Grupo.

La conciliación entre el gasto/(ingreso) por impuesto sobre beneficios y el resultado de multiplicar los tipos de gravámenes aplicables al total de ingresos y gastos reconocidos, de la cuenta de pérdidas y ganancias, es la siguiente:

(Miles de euros)	Cuenta de pérdidas y ganancias	
	2023	2022
Saldo de ingresos y gastos del ejercicio antes de impuestos	291.028	24.979
Carga impositiva teórica	72.757	6.245
Gastos (Ingresos) no deducibles/no tributables	(60.873)	(6.781)
Otras deducciones	(280)	(1.338)
Otros	(500)	(2.303)
Gasto / (ingreso) impositivo efectivo	11.104	(4.177)

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

El gasto/(ingreso) por impuesto sobre beneficios se desglosa como sigue:

(Miles de euros)	2023	2022
Ejercicio 2023		
Cuota íntegra individual	6.631	(100)
Variación de impuestos diferidos	5.295	(1.175)
Diferencias temporales por consolidación y otros	-	738
Regularizaciones del ejercicio anterior	(557)	-
Deducciones	(280)	(1.338)
Otros	15	(2.302)
	11.104	(4.177)

En este ejercicio la Sociedad ha realizado las regularizaciones del Impuesto de Sociedades del 2022.

El cálculo del Impuesto sobre Sociedades a devolver es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Cuota íntegra	6.631	(100)
Deducciones aplicadas	(280)	(1.338)
Retenciones	(1.304)	(717)
Pagos a cuenta	(2.376)	-
Otros	57	
Impuesto sobre Sociedades a devolver	2.728	(2.155)

Como consecuencia de la tributación en régimen de consolidación fiscal, la Sociedad ha registrado la cuenta a pagar con Puig, S.L. sociedad cabecera del consolidado fiscal por importe neto de 3.960 miles de euros (2.155 miles de euros a 31 de diciembre de 2022 a cobrar).

La legislación del Pilar 2 ha sido promulgada, o sustancialmente promulgada, en ciertas jurisdicciones en las que opera el Grupo. La legislación será efectiva para los ejercicios anuales del Grupo que se inicien en el 1 de enero de 2024. El Grupo ha realizado una evaluación para determinar si está potencialmente expuesto a los impuestos del Pilar 2.

La evaluación de la potencial exposición a los impuestos del Pilar 2 se basa en información financiera y fiscal de las entidades que forman el Grupo. De acuerdo con esta evaluación, los tipos impositivos efectivos del Pilar 2 en la mayoría de las jurisdicciones en las que opera el Grupo se sitúan por encima del 15% y la Dirección no espera que esto pueda cambiar. Por tanto, el Grupo no está potencialmente expuesto a dicha legislación.

15.2 Activos y pasivos por impuestos diferidos

El detalle y los movimientos de las distintas partidas que componen los activos y pasivos por impuestos diferidos son los siguientes:

(Miles de euros)	Saldo inicial	Aportación no dineraria (Nota 11.1)	Otros	Cuenta de pérdidas y ganancias	Movimiento o en patrimonio	Saldo final
Ejercicio 2023						
Activos por impuesto diferido						
Derivados	-	-	-	-	2.016	2.016
Provisiones de personal y otros	10.686	-	-	(6.353)	-	4.333
	10.686	-	-	(6.353)	2.016	6.349
Pasivos por impuesto diferido						
Derivados	(10.520)	-	-	-	4.777	(5.743)
Otros	(1.058)	-	-	1.058	-	-
	(11.578)	-	-	1.058	4.777	(5.743)
	(892)	-	-	(5.295)	6.793	606
Ejercicio 2022						
Activos por impuesto diferido						
Provisiones de personal y otros	-	13.540	(2.738)	(116)	-	10.686
	-	13.540	(2.738)	(116)	-	10.686
Pasivos por impuesto diferido						
IRS	-	-	-	-	(10.520)	(10.520)
Otros	-	-	-	(1.058)	-	(1.058)
	-	-	-	(1.058)	(10.520)	(11.578)
	-	-	-	-	-	(892)

La Sociedad no tiene deducciones pendientes de aplicar a 31 de diciembre de 2023 ni 31 de diciembre de 2022.

16. INGRESOS Y GASTOS

16.1 Importe neto de la cifra de negocios

La Sociedad, cabecera de su Grupo consolidado, durante los ejercicios 2023 y 2022 ha realizado fundamentalmente actividades propias de una entidad holding, y, como tal, no tiene actividad comercial significativa propia correspondiendo principalmente el importe de este epígrafe de la cuenta de resultados a las prestaciones de servicios a empresas del Grupo, así como a los ingresos por dividendos recibidos de las filiales y los ingresos financieros asociados a la financiación de las mismas, no habiendo variaciones significativas por el tipo de transferencia de control.

El detalle del importe neto de la cifra de negocios es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Segmentación por categorías de actividades		
Dividendos (Nota 18.1)	246.976	6.083
Ingresos por préstamos a empresas del grupo	58.484	20.834
Ingresos por prestación de servicios	51.925	8.621
Ingresos financieros	8.519	2.136
Ingresos por coberturas y diferencias positivas de cambio	73.907	33.959
Beneficios procedentes de participaciones a largo plazo (Nota 8)	-	22.976
	439.811	94.609

Los saldos de los contratos con clientes, principalmente por la prestación de servicios a empresas del Grupo, se desglosan en otras notas de esta memoria.

El saldo del epígrafe "Ingresos por coberturas de tipo de cambio y diferencias positivas de cambio" tiene su origen en la operativa que se describe en la Nota 4.8 de esta memoria.

16.2 Aprovisionamientos

El detalle de los aprovisionamientos es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Gastos por barrido de cuentas con empresas del grupo (Nota 18.1)	7.447	277
Gastos por préstamos con entidades de crédito y pólizas de crédito	56.210	14.863
Gastos por coberturas y diferencias negativas de cambio	51.127	38.491
Comisiones y otros gastos con entidades de crédito	1.064	522
	115.848	54.153

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

16.3 Cargas sociales

El detalle de las cargas sociales es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Seguridad social	220	78
Aportaciones a planes de pensiones de aportación definida	55	12
Otras cargas sociales	76	16
	351	106

16.4 Servicios exteriores

El detalle de los servicios exteriores es el siguiente:

(Miles de euros)	2023	2022
Arrendamientos (Nota 6.1)	466	250
Reparaciones y conservación	-	1
Servicios profesionales independientes	20.066	12.432
Primas de seguros	154	71
Publicidad, propaganda y relaciones públicas	255	79
Otros servicios	1.869	1.634
	22.810	14.467

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

17. DERIVADOS

Derivados de cobertura de tipo de cambio

La Sociedad ha concedido y recibido diversos préstamos en divisas. En relación con dichos préstamos la Sociedad cubre el riesgo de tipo de cambio mediante la contratación de diversos instrumentos de cobertura. El impacto en la cuenta de pérdidas y ganancias de (pérdidas) o ingresos generados por las diferencias de cambio de los préstamos y de los instrumentos de cobertura ascienden respectivamente a 578 y (2.672) miles de euros (a (1.573) y (447) miles de euros a 31 de diciembre de 2022).

El valor razonable de los derivados contratados por la Sociedad al 31 de diciembre de 2023 y 2022 como consecuencia de la operativa descrita en la Nota 4.8 de esta memoria es el siguiente:

Derivados con sociedades de Puig (internos)

(Miles)	Nocional en divisa	Vencimiento	Valor razonable reconocido en patrimonio	Valor razonable reconocido en pérdidas y ganancias	Total valor razonable
Ejercicio 2023					
AUD/EUR	58.335	Enero 2024 - Febrero 2025	-	262	262
BRL/EUR	443.929	Enero 2024 - Febrero 2025	-	1.037	1.037
CAD/EUR	24.548	Enero 2024 - Febrero 2025	-	(396)	(396)
CHF/EUR	15.146	Enero 2024 - Febrero 2025	-	752	752
CNY/EUR	448	Enero 2024 - Febrero 2025	-	(8)	(8)
COP/EUR	16.111.270	Enero 2024 - Febrero 2025	-	184	184
GBP/EUR	82.440	Enero 2024 - Febrero 2025	-	251	251
HKD/EUR	(5.316)	Enero 2024 - Febrero 2025	-	6	6
INR/EUR	28	Enero 2024 - Febrero 2025	-	-	-
JPY/EUR	8.006	Enero 2024 - Febrero 2025	-	3	3
MOP/EUR	8,8523	Enero 2024 - Febrero 2025	-	-	-
MXN/EUR	1.487.586	Enero 2024 - Febrero 2025	-	2.161	2.161
MYR/EUR	5	Enero 2024 - Febrero 2025	-	-	-
PEN/EUR	64.047	Enero 2024 - Febrero 2025	-	(135)	(135)
RUB/EUR	3.577.065	Enero 2024 - Febrero 2025	-	1.699	1.699
SEK/EUR	543	Enero 2024 - Febrero 2025	-	-	-
SGD/EUR	(106)	Enero 2024 - Febrero 2025	-	(8)	(8)
TWD/EUR	227	Enero 2024 - Febrero 2025	-	-	-
USD/EUR	163.638	Enero 2024 - Febrero 2025	-	(2.028)	(2.028)
LP/EUR	47.137.304	Enero 2024 - Febrero 2025	-	337	337
				4.114	4.114

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

(Miles)	Nocional en divisa	Vencimiento	Valor razonable reconocido en patrimonio	Valor razonable reconocido en pérdidas y ganancias	Total valor razonable
Ejercicio 2022					
JPY/EUR	12.453	Enero 2023- Febrero 2024	-	2	2
CHF/EUR	13.211	Enero 2023- Febrero 2024	-	(4)	(4)
CAD/EUR	17.573	Enero 2023- Febrero 2024	-	(822)	(822)
PEN/EUR	45.801	Enero 2023- Febrero 2024	-	26	26
BRL/EUR	302.794	Enero 2023- Febrero 2024	-	(1.155)	(1.155)
MXN/EUR	1.087.611	Enero 2023- Febrero 2024	-	130	130
GBP/EUR	65.669	Enero 2023- Febrero 2024	-	(694)	(694)
CLP/EUR	34.809.488	Enero 2023- Febrero 2024	-	1.648	1.648
USD/EUR	66.024	Enero 2023- Febrero 2024	-	2.911	2.911
RUB/EUR	1.597.599	Enero 2023- Febrero 2024	-	(986)	(986)
SGD/EUR	209	Enero 2023- Febrero 2024	-	(3)	(3)
AUD/EUR	28.028	Enero 2023- Febrero 2024	-	(123)	(123)
COP/EUR	21.345.147	Enero 2023- Febrero 2024	-	(597)	(597)
HKD/EUR	(11.998)	Enero 2023- Febrero 2024	-	74	74
				407	407

Derivados externos con terceros

(Miles)	Nocional en divisa	Vencimiento	Valor razonable reconocido en patrimonio	Valor razonable reconocido en pérdidas y ganancias	Total valor razonable
Ejercicio 2023					
USD/EUR	(116.700)	Enero 2024 - Feb 2025	-	930	930
BRL/EUR	(179.200)	Marzo 2024 - Feb 2025	-	91	91
AUD/EUR	(42.100)	Enero 2024 - Feb 2025	-	(451)	(451)
CAD/EUR	(17.900)	Enero 2024 - Feb 2025	-	(156)	(156)
PEN/EUR	(33.777)	Enero 2024 - Feb 2025	-	3	3
GBP/EUR	(64.700)	Enero 2024 - Ene 2025	-	(573)	(573)
CLP/EUR	(22.280.100)	Marzo 2024 - Feb 2025	-	254	254
RUB/EUR	(485.000)	Enero 2024 - Abr 2024	-	97	97
MXN/EUR	(873.000)	Enero 2024 - Feb 2025	-	(1.922)	(1.922)
				(1.727)	(1.727)

Ejercicio 2022

USD/EUR	(87.447)	Enero 2023 - Feb 2024	-	(1.682)	(1.682)
BRL/EUR	(198.600)	Marzo 2023 - Sep 2023	-	341	341
AUD/EUR	(17.900)	Marzo 2023 - Feb 2024	-	52	52
CAD/EUR	(10.800)	Marzo 2023 - Feb 2024	-	196	196
PEN/EUR	(27.200)	Marzo 2023 - Feb 2024	-	80	80
GBP/EUR	(64.728)	Enero 2023 - Ene 2024	-	1.213	1.213
CLP/EUR	(21.433.700)	Marzo 2023 - Nov 2023	-	(1.109)	(1.109)
RUB/EUR	(929.700)	Marzo 2023 - Feb 2024	-	1.267	1.267
MXN/EUR	(629.400)	Marzo 2023 - Feb 2024	-	375	375
				733	733

Puig Brands, S.A.**Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023**

A 31 de diciembre de 2023, existen 6.365 miles de euros de derivados de divisas en el activo de la Sociedad, a su vez, existen 3.364 miles de euros de derivados en el pasivo.

A 31 de diciembre de 2023, existen 22.957 miles de euros correspondientes a derivados de coberturas externas registradas en el activo de la Sociedad y 8.065 miles de euros de derivados por coberturas externas registradas en el pasivo de la Sociedad. El diferencial respecto al párrafo anterior hace referencia a las coberturas internas.

Adicionalmente, en relación con diversos préstamos que la Sociedad ha concedido a otras sociedades del grupo, principalmente en dólares, se han formalizado diversos derivados de cobertura de tipo de cambio:

(Miles)	Nocional en divisa		Vencimiento		Valor razonable reconocido en pérdidas y ganancias		Total valor razonable	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
USD	(62.646)	24.193	ene-24	ene-23	271	(656)	271	(656)
CAD	(5.800)	(6.816)	ene-24	ene-23	32	10	32	10
GBP	32.045	29.262	ene-24 / dec-24	ene-23 / sep-23	225	(969)	225	(969)
TWD	62.457	50.765	ene-24	ene-23	(13)	32	(13)	32
JPY	72.000	-	ene-24	-	1	-	1	-
MXN	(200.000)	-	ene-24	-	99	-	99	-
					615	(1.583)	615	(1.583)

Los beneficios / (pérdidas) obtenidas en el ejercicio 2023 por las operaciones de cobertura de tipo de cambio han ascendido a 2.672 miles de euros (2.180 miles de euros de beneficios a 31 de diciembre de 2022 para coberturas de tipo de cambio).

Al 31 de diciembre de 2023 la Sociedad ha contratado diversos derivados externos e internos cuyos valores razonables ascienden a 4.097 y (1.727) miles de euros respectivamente. Adicionalmente, al 31 de diciembre de 2023, la Sociedad ha contratado derivados de tipo de interés "swap de tipo de interés" para cubrir el riesgo de fluctuación del tipo de interés de los préstamos aportados por Puig, S.L. (Nota 14.1). Al 31 de diciembre de 2023 la valoración de dichos derivados asciende a 22.957 y (8.065) miles de euros (Nota 19.2).

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Derivados de cobertura sobre tipo de interés

(Miles)	Nocional en divisa	Vencimiento	Valor razonable reconocido en patrimonio	Valor razonable reconocido en pérdidas y ganancias	Total valor razonable
Ejercicio 2023					
EUR	123.000	Mayo 2025	4.191	-	4.191
EUR	58.000	Mayo 2025	2.209	-	2.209
EUR	30.000	Diciembre 2025	1.169	-	1.169
EUR	70.000	Junio 2026	2.656	-	2.656
EUR	50.000	Junio 2026	2.279	-	2.279
EUR	50.000	Junio 2026	(1.105)	-	(1.105)
EUR	50.000	Junio 2026	(1.067)	-	(1.067)
EUR	150.000	Mayo 2027	4.480	-	4.480
EUR	200.000	Mayo 2027	5.973	-	5.973
EUR	150.000	Junio 2027	(4.435)	-	(4.435)
EUR	50.000	Junio 2027	(1.459)	-	(1.459)
	981.000		14.891	-	14.891

(Miles)	Nocional en divisa	Vencimiento	Valor razonable reconocido en patrimonio	Valor razonable reconocido en pérdidas y ganancias	Total valor razonable
Ejercicio 2022					
EUR	138.000	Mayo 2025	7.229	-	7.229
EUR	65.000	Mayo 2025	3.985	-	3.985
EUR	30.000	Diciembre 2025	2.080	-	2.080
EUR	90.000	Junio 2026	4.876	-	4.876
EUR	50.000	Junio 2026	3.921	-	3.921
EUR	150.000	Mayo 2027	8.566	-	8.566
EUR	200.000	Mayo 2027	11.421	-	11.421
EUR	723.000		42.078	-	42.078

La totalidad de los derivados de tipo de cambio se valoran a través de medidas definidas nivel 2. Así mismo, los derivados de cobertura de tipo de interés se valoran a través de medidas de nivel 2.

Puig Brands, S.A.**Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023****18. OPERACIONES CON PARTES VINCULADAS**

Las partes vinculadas con las que la Sociedad ha realizado transacciones durante el ejercicio 2023, así como la naturaleza de dicha vinculación, es la siguiente:

	Naturaleza de la vinculación
Airparfum Timeless, S.L.U	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Arabia Limited (Al Farida International Beauty Ltd Co.)	Empresa del grupo participada indirectamente
Antonio Puig, S.A.U.	Empresa del grupo participada directamente
Apivita Ventures S.L.U.	Empresa del grupo participada directamente
Aubelia, SAS	Empresa del grupo participada indirectamente
Byredo AB	Empresa del grupo participada indirectamente
Byredo France, SAS	Empresa del grupo participada indirectamente
Byredo GmbH	Empresa del grupo participada indirectamente
Byredo Inc.	Empresa del grupo participada indirectamente
Byredo UK Ltd.	Empresa del grupo participada indirectamente
Carolina Herrera Ltd.	Empresa del grupo participada indirectamente
Charlotte Tilbury Beauty Fr SAS	Empresa del grupo participada indirectamente
Charlotte Tilbury Beauty GmbH	Empresa del grupo participada indirectamente
Charlotte Tilbury Beauty Inc.	Empresa del grupo participada indirectamente
Charlotte Tilbury Beauty NL BV	Empresa del grupo participada indirectamente
Charlotte Tilbury Limited	Empresa del grupo participada indirectamente
Consilium, S.L.	Otras empresas del grupo
Creano NV	Empresa del grupo participada indirectamente
Distribuidora Puig Chile S.L.	Empresa del grupo participada directamente
División Puig España, S.L.U.*	Empresa del grupo participada directamente
Dries Van Noten USA	Empresa del grupo participada indirectamente
Exea Empresarial S.L.	Otras empresas del grupo
Exea Ventures, S.L.U.	Otras empresas del grupo
Fundacio Puig	Otras empresas del grupo
Isdin, S.A.	Empresa controlada conjuntamente
Islestar Holdings Ltd.	Empresa del grupo participada indirectamente
Jean Paul Gaultier, SAS	Empresa del grupo participada indirectamente
Kama Ayurveda Private Limited	Empresa del grupo participada indirectamente
Laboratoires Dermatologiques Uriage	Empresa del grupo participada indirectamente
L'Artisan Parfumeur S.A.R.L.	Empresa del grupo participada indirectamente
Lendemain Distribution, Inc.	Empresa del grupo participada indirectamente
Lyskamm 1861, S.L.	Otras empresas del grupo
Nina Ricci S.A.R.L.	Empresa del grupo participada indirectamente
Nina Ricci USA	Empresa del grupo participada indirectamente
Paco Rabanne, SAS	Empresa del grupo participada indirectamente
Penhaligon's Inc.	Empresa del grupo participada indirectamente
Penhaligon's Ltd.	Empresa del grupo participada indirectamente
Penhaligon's (Taiwan) Limited	Empresa del grupo participada indirectamente
Penhaligon's (Singapore) Pte. Ltd.	Empresa del grupo participada indirectamente
Prado Investments Limited	Empresa del grupo participada directamente
Puig (Hong Kong) Ltd.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig (Shanghai) Business Trading Co., Ltd.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Argentina S.A.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Asia Pacific	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Österreich, GmbH	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Belux, S.A.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Brasil Comercializadore de Perfumes, Ltda.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Canada, Inc.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Colombia, SAS	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Deutschland GmbH	Empresa del grupo participada indirectamente

Puig Brands, S.A.**Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023**

	Naturaleza de la vinculación
Puig Emirates LLC	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig France, SAS	Empresa del grupo participada directamente
Puig Gest, S.L.	Otras empresas del grupo
Puig India Private Limited	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig International, S.A.	Empresa del grupo participada directamente
Puig Italia S.R.L.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Japan KK	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Mexico, S.A. de C.V.	Empresa del grupo participada directamente
Puig Middle East FZCO	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Nederland B.V.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig North America, Inc.	Empresa del grupo participada directamente
Puig Oceania PTY, Ltd.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Panamá, S.A.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Peru, S.A.	Empresa del grupo participada indirectamente
Perfumes e Cosméticos Puig Portugal Distribuidora S.A.	Empresa del grupo participada directamente
Puig Rus LLC	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Suisse, S.A.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig UK Limited	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig Usa Inc.	Empresa del grupo participada indirectamente
Puig, S.L.	Accionista mayoritario
Sociedad Textil Lonía, S.A.	Empresa controlada conjuntamente
Trudomba XXI, S.L.	Otras empresas del grupo

*Durante el ejercicio 2023, División Puig España, S.L.U. ha sido fusionada con Antonio Puig, S.A.U.

18.1 Entidades vinculadas

Los saldos mantenidos con entidades vinculadas son los siguientes:

(Miles de euros)	Accionista	Empresa del grupo participada directamente	Empresas del grupo participadas indirectas	Otras empresas del grupo	Total
Ejercicio 2023					
Créditos a largo plazo (Nota 7)	-	1.191.592	50.293	-	1.241.885
Créditos a corto plazo (Nota 7)	203	362.282	312.761	-	675.246
Clientes (Nota 9)	-	77.181	8.379	3	85.563
Deudas a corto plazo (Nota 14)	(3.960)	(44.378)	(412.368)	-	(460.706)
Proveedores (Nota 14.2)	(2)	(196)	-	(87)	(285)
	(3.759)	1.586.481	(40.935)	(84)	1.541.703
Ejercicio 2022					
Créditos a largo plazo (Nota 7)	-	1.139.972	49.863	-	1.189.835
Créditos a corto plazo (Nota 7)	49.471	71.703	56.314	91.866	269.354
Clientes (Nota 9)	-	21.615	2.172	-	23.787
Deudas a corto plazo (Nota 14)	(1.304)	(37.493)	(148.750)	-	(187.547)
Proveedores (Nota 14.2)	(9.490)	(83)	(220)	-	(9.793)
	38.677	1.195.714	(40.621)	91.866	1.285.635

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Créditos a largo plazo

El saldo de “Créditos a largo plazo” se compone principalmente de los siguientes préstamos:

- Durante el ejercicio 2022, Puig, S.L. concedió un préstamo con cargo de cashpooling por importe de 250.000 miles de euros a la sociedad del grupo Antonio Puig, S.A.U., el cual devenga un tipo de interés de mercado. Con fecha 30 de junio de 2022, a raíz de la aportación no dineraria de la rama de actividad de tesorería y de gestión, Puig, S.L. aportó a la Sociedad dicho crédito.
- Puig, S.L. durante el ejercicio 2022, concedió dos préstamos a largo plazo a Puig International, S.A., uno por importe de 850.000 miles de euros y otro por importe de 240.000 miles de euros, ambos préstamos devengan un tipo de interés de mercado. Con fecha 30 de junio de 2022, Puig, S.L. realizó la aportación no dineraria de la rama de actividad de tesorería y de gestión, a raíz de dicha aportación la Sociedad ha recibido el crédito con Puig International, S.A. Adicionalmente, en el ejercicio 2022 la Sociedad realizó una ampliación de capital por importe de 188 millones de euros realizando una condonación de una parte de la deuda por valor de 188 millones de euros (Nota 8). El importe pendiente de cobro a 31 de diciembre de 2023 asciende a 869.623 miles de euros.
- Durante el ejercicio 2023, la Sociedad ha concedido una ampliación del crédito concedido a Prado Investments Ltd, por medio de 4 adendas por importe de 20.376 miles de euros. Adicionalmente, durante el ejercicio 2023 la Sociedad ha obtenido parte de la devolución del nominal del crédito con Puig Middle East por importe 4.919 miles de euros.

Créditos a corto plazo

Los principales conceptos incluidos dentro de “Créditos a corto plazo” son los siguientes préstamos:

- La deuda pendiente de cobro derivada del uso del cash pooling por las filiales del Grupo asciende a 675.246 miles de euros al 31 de diciembre de 2023 (228.541 miles de euros a 31 de diciembre de 2022).
- Durante el ejercicio 2023. Los créditos a corto plazo con sociedades del grupo han sido cancelados por importe de 92.781 miles de euros

Deudas a corto plazo

Las deudas a corto plazo se corresponden principalmente con las cuentas a pagar en concepto de cash pooling con las distintas sociedades de Puig. Las deudas a corto plazo por este concepto devengan un tipo de interés de mercado.

Durante el ejercicio 2022, con fecha 19 de mayo de 2022, Puig, S.L. obtuvo un contrato por importe de 22 millones de euros con una sociedad del grupo, con una vigencia a 60 días. Esta deuda fue adquirida por la Sociedad por su accionista por medio de la aportación no dineraria. En el mes de julio de 2022, se procedió a realizar una prolongación del vencimiento a 2023. Durante el ejercicio 2023, la Sociedad ha realizado una devolución del préstamo por importe de 2 millones de euros y se ha procedido a prolongar el vencimiento en 2024. La deuda pendiente a 31 de diciembre de 2023 asciende a 20 millones de euros.

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Transacciones realizadas con entidades vinculadas

Las transacciones realizadas con otras empresas del Grupo Puig son las siguientes:

(Miles de euros)	Accionistas	Sociedad participada directamente	Sociedad participada indirectamente	Otras partes vinculadas
Ejercicio 2023				
Ventas (servicios)		51.619	304	-
Comisiones por servicios	-	83	132	3
Servicios exteriores	(5.794)	(1.846)	(4.891)	-
Intereses	-	49.065	9.290	1.603
Dividendos recibidos (Nota 16.1)	-	246.930	-	46
Derivados de cobertura "internos"	-	11.658	(1.465)	-
Gastos financieros	8	(699)	(6.748)	-
Ejercicio 2022				
Ventas (servicios)	-	8.464	391	-
Comisiones por servicios	-	15	63	3
Servicios exteriores	(7.993)	(1.001)	(41)	-
Intereses	3	18.048	1.892	891
Dividendos recibidos (Nota 16.1)	-	6.083	-	-
Derivados de cobertura "internos"	(9)	(30.349)	1.675	-
Gastos financieros	(12)	(12)	(265)	-

Adicionalmente, en 2023, Puig Brands, S.A. ha vendido a su accionista Puig, S.L. las acciones de Puig Gest y participaciones Puig, S.L. por un importe total de 148.735 miles de euros (Nota 8).

19. INFORMACIÓN SOBRE LA NATURALEZA Y EL NIVEL DE RIESGO PROCEDENTE DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS

En el curso habitual de sus operaciones, la Sociedad está expuesta al riesgo de crédito, al riesgo de mercado (riesgo de tipos de interés y tipos de cambio) y al riesgo de liquidez.

En el curso normal de su negocio, Puig está expuesto a diversos riesgos financieros: riesgos de mercado (incluidos riesgos de tipo de cambio y riesgos de tipos de interés) y otros riesgos tales como el riesgo de crédito, el riesgo de liquidez y la gestión del riesgo de capital. La gestión de Puig se centra en minimizar estos riesgos implementando políticas de gestión de riesgos para identificar y analizar los riesgos a los que se enfrenta Puig y definir límites y controles de riesgo adecuados. Los procedimientos de gestión están diseñados para tener un entorno de control.

El Comité de Auditoría supervisa cómo los controles de gestión cumplen con los procedimientos y políticas de gestión de riesgos y revisa si la política de gestión de riesgos es adecuada considerando los riesgos a los que está expuesto Puig.

19.1 Riesgo de mercado

Riesgo de tipo de cambio

A nivel Grupo, Puig opera en un entorno internacional y por tanto está expuesto al riesgo de tipo de cambio en las transacciones en divisas, especialmente en lo que respecta al USD y la GBP (siendo el euro la moneda funcional tanto del Grupo como de la matriz). El riesgo cambiario está asociado con transacciones comerciales futuras, activos y pasivos reconocidos e inversiones netas en moneda extranjera.

Puig realiza una parte importante de sus ventas a clientes y a sus propias filiales así como determinadas compras en moneda distinta de su moneda funcional (euro). Los instrumentos de cobertura se utilizan para reducir los riesgos cambiarios derivados de las fluctuaciones de monedas diferentes a las monedas funcionales de las empresas del grupo.

Antes de final de año, como parte de la elaboración del presupuesto, las empresas del grupo son responsables de identificar la exposición a los flujos de caja en moneda extranjera. El Grupo analiza de forma centralizada la exposición y contrata las coberturas adecuadas. Los riesgos cambiarios identificados se cubren mediante contratos a plazo u opciones.

Puig ha implementado una estricta política para gestionar, medir y monitorear estos riesgos. Las actividades se organizan en base a una clara segregación de funciones entre el front office, middle office y back office que se encargan de la medición, cobertura y administración y control financiero. La estrategia de cobertura siempre debe presentarse a la alta dirección para su aprobación.

Los instrumentos derivados contratados para cobertura de tipo de cambio se contabilizan de acuerdo con principios de contabilidad de cobertura.

La financiación obtenida por el Grupo es principalmente en euros que representan el 95% del total de la deuda (2022: 96%). La totalidad de la financiación obtenida por la Sociedad es en euros.

El principal riesgo de tipo de cambio gestionado por la Sociedad a nivel individual es la contratación de forma centralizada los instrumentos financieros derivados necesarios para cubrir los riesgos que se derivan de las fluctuaciones por tipo de cambio de sus filiales (Nota 17).

Adicionalmente, el riesgo de tipo de cambio a nivel de sociedad individual se produce por la posible pérdida causada por variaciones en el valor razonable o en los futuros flujos de efectivo de un instrumento financiero debidas a fluctuaciones en los tipos de cambio.

La exposición de la Sociedad al riesgo de las fluctuaciones en los tipos de cambio se debe a:

- Los créditos concedidos en divisa a diversas sociedades del grupo por importe de 62.547 miles de libras esterlinas y 5.433 miles de dólares estadounidenses a 31 de diciembre de 2023. Correspondiendo a un importe en euros de 71.972 miles de euros, y 4.917 miles de euros respectivamente. A su vez existen deudas a corto plazo por importe de 200.000 miles de pesos mexicanos correspondientes 10.682 miles de euros a 31 de diciembre de 2023. A 31 de diciembre de 2022 la compañía tenía créditos concedidos en divisa a diversas sociedades del grupo por importe de 44.810 miles de libras esterlinas y 10.900 miles de dólares. Correspondiendo a un importe en euros de 50.519 miles de euros registrado en el epígrafe de créditos a empresas del grupo a corto plazo y 10.216 miles de euros registrado en el epígrafe de créditos a empresas del grupo a largo plazo, respectivamente.

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

- Las cuentas por cobrar en divisa por la operativa de cash pooling con empresas del grupo por importe de 106.251 miles de dólares estadounidenses, 51.712 miles de libras esterlinas, 62.457 miles de dólares taiwaneses y 72.015 miles de yenes japoneses. Correspondiendo a un importe en euros de 96.155, 59.502, 1.846 y 461 miles de euros respectivamente. Las cuentas por pagar por el mismo concepto son de 87.407 miles de libras esterlinas, 5.903 miles de dólares canadienses, 144.151 miles de dólares estadounidenses y 421.042 miles de coronas suecas. Correspondiendo a un importe en euros de 100.578, 4.031, 130.454 y 37.944 miles de euros respectivamente.

A 31 de diciembre de 2022 la compañía tenía cuentas a cobrar en divisa por la operativa de cash pooling con empresas del grupo por importe de 19.440 miles de dólares estadounidenses y 50.765 miles de dólares taiwaneses. Correspondiendo a un importe en euros de 18.950 y 1.558 respectivamente. Las cuentas por pagar por el mismo concepto son de 15.090 miles de libras esterlinas y 6.823 miles de dólares canadienses. Correspondiendo a un importe en euros de 17.013, 4.823 miles de euros respectivamente.

Riesgo de tipo de interés

El riesgo de tipo de interés surge de la deuda corriente y no corriente con entidades bancarias. El objetivo de Puig es tener una elevada proporción de deuda a tipo fijo o tipo variable cubierta mediante swaps de tipos de interés (IRS). El principal objetivo de la gestión es proteger el beneficio neto del impacto de cambios significativos en los tipos de interés.

Puig utiliza instrumentos financieros derivados (swaps de tipos de interés) para cubrir el riesgo de variaciones de los tipos de interés de algunos préstamos. Dichos instrumentos financieros derivados se reconocen inicialmente a su valor razonable en la fecha en que se celebra un contrato de derivado y posteriormente se vuelven a medir a su valor razonable. El valor razonable neto a 31 de diciembre de 2023 asciende a 14.891 miles de euros (2022: 42.078 miles de euros)

A 31 de diciembre de 2023, el importe de la deuda de la Sociedad sujeta a tipos de interés variables, sin cobertura de tipo de interés, ascendía a 200 millones de euros (2022: 200 millones de euros), representativo del 10% del total de la deuda bancaria (2022: 12%).

Riesgo de crédito

Actividades operativas

La Sociedad realiza la mayor parte de sus operaciones con empresas del Grupo, por lo que el riesgo de crédito que se deriva de sus actividades operativas no es significativo.

A nivel Grupo, el riesgo de crédito es el riesgo al que está expuesto Puig en caso de que un cliente o contraparte incumpla su obligación.

Para mitigar este riesgo Puig cuenta con una política de crédito y gestiona su exposición al riesgo de cobro en el curso normal de sus operaciones. Puig evalúa el crédito concedido a todos sus clientes por encima de una determinada cantidad. Asimismo, Puig dispone de un seguro de crédito para la mayoría de sus cuentas a cobrar.

El Grupo reconoce el deterioro en función de su mejor estimación de las pérdidas esperadas en operaciones comerciales y otras cuentas por cobrar. Las principales pérdidas por deterioro reconocidas se deben a pérdidas específicas relativas a riesgos identificados individualmente. Al cierre del ejercicio las pérdidas por deterioro son irrelevantes a nivel grupo.

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

Actividades de inversión

Existen diferentes actividades de inversión en la Sociedad. Por un lado, se conceden créditos a largo plazo a sociedades del grupo al objeto de financiar las actividades de éstas. Dichos créditos requieren la aprobación de la Dirección General y devengan un tipo de interés de mercado.

Asimismo, la Sociedad es titular de créditos y deudas a empresas del Grupo a corto plazo cuyo origen radica en la gestión centralizada de la tesorería (cashpooling) del Grupo que ésta efectúa. En el marco de la gestión centralizada de la tesorería del Grupo, la Sociedad invierte sus excedentes de tesorería en imposiciones y pagarés en entidades de crédito con vencimiento inferior a tres meses (Nota 10), además de las inversiones entre tres meses y un año y superiores a un año.

El riesgo de crédito también surge del efectivo y equivalentes de efectivo, instrumentos financieros derivados y depósitos en bancos e instituciones financieras. Para mitigar este riesgo crediticio, el Grupo sólo trabaja con bancos con calificaciones crediticias sólidas según lo calificado por las agencias de calificación internacionales. La solvencia de estas entidades, tal como se indica en las calificaciones crediticias de cada entidad, se revisa periódicamente con el fin de realizar una gestión activa del riesgo de contraparte.

Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez se produce por la posibilidad de que Puig no pueda disponer de fondos líquidos, o acceder a ellos, en la cuantía suficiente y al coste adecuado, para hacer frente en todo momento a sus obligaciones de pago. El objetivo de Puig es mantener las disponibilidades líquidas necesarias dentro del marco de la planificación financiera que el grupo realiza conjuntamente.

Puig utiliza técnicas de planificación financiera para gestionar el riesgo de liquidez, teniendo en cuenta el vencimiento de los activos y pasivos financieros y las proyecciones de flujo de caja. El objetivo de Puig es equilibrar las necesidades estructurales y las necesidades excepcionales de tesorería con los préstamos y descubiertos contratados, para asegurarse de que podrá utilizarlos en función de su situación de liquidez.

Como consecuencia de lo anterior Puig considera que dispone de liquidez y acceso a financiación a medio y largo plazo que le permite asegurar los recursos necesarios para hacer frente a los potenciales compromisos para futuras inversiones.

Puig tiene cantidades no utilizadas de líneas de crédito que pueden utilizarse para cubrir déficits de caja operativos.

El de fondo de maniobra sobre efectivo existente al 31 de diciembre son los siguientes:

(Miles de euros)	2023	2022
Activos corrientes	1.242.880	730.929
Pasivos corrientes	(752.070)	(332.508)
	490.810	398.421

Asimismo, la Sociedad tiene concedidas pólizas de crédito, no dispuestas, por un importe de 149 millones de euros (116 millones de euros a 31 de diciembre de 2022).

Puig Brands, S.A.**Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023**

Los vencimientos contractuales, no descontados, de los pasivos financieros al 31 de diciembre son los siguientes:

(Miles de euros)	Hasta 3 meses	Entre 3 meses y 1 año	Entre 1 año y 5 años	Total
Ejercicio 2023				
Derivados	3.364	-	8.065	11.429
Deudas				
Principal	20.000	243.635	1.758.428	2.022.063
Intereses	6.274	-	-	6.274
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	18.135	-	-	18.135
	47.773	243.635	1.766.493	2.057.901

Ejercicio 2022

Derivados	11.521	-	-	11.521
Deudas				
Principal	15.000	98.538	1.621.665	1.735.204
Intereses	4.113	-	-	4.113
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	15.788	-	-	15.788
	46.422	98.538	1.621.665	1.766.626

20. OTRA INFORMACIÓN

20.1 Estructura del personal

Las personas empleadas por la Sociedad distribuidas por categorías son las siguientes:

	Número de personas empleadas al final del ejercicio			Número medio de personas empleadas en el ejercicio	Número medio de personas con discapacidad > 33% del total empleadas en el ejercicio
	Hombres	Mujeres	Total		
Ejercicio 2023					
Altos directivos	2	1	3	3	-
Ingenieros y técnicos	4	3	7	7	-
Administrativos	-	3	3	2	-
	6	7	13	12	-

Ejercicio 2022

Altos directivos	-	1	1	1	-
Ingenieros y técnicos	4	3	7	3	-
Administrativos	-	2	2	1	-
	4	6	10	5	-

20.2 Honorarios de auditoría

Los honorarios abonados por las auditorías realizadas durante el ejercicio son los siguientes:

(Miles de euros)	2023	2022
Honorarios por la auditoría de las cuentas anuales individuales	264	9
Otros trabajos de revisión y verificación contable	1.017	33
	1.281	42

20.3 Información sobre medioambiente

Dada la actividad a la que se dedica la Sociedad, la misma no tiene responsabilidades, gastos, activos, ni provisiones y contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados de la misma. Por ese motivo, no se incluyen desgloses específicos en la presente memoria de las cuentas anuales respecto a información de cuestiones medioambientales.

20.4 Compromisos y garantías

A 31 de diciembre de 2023, la Sociedad tenía concedidos avales, la mayoría de ellos relacionados con la operativa corriente de ciertas filiales del Grupo, por un importe de 158 millones de euros (99 millones de euros a 31 de diciembre de 2022).

Puig Brands, S.A.
Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

20.5 Información sobre el periodo medio de pago a proveedores

La información relativa al periodo medio de pago a proveedores es la siguiente:

	2023	2022
(Días)		
Periodo medio de pago a proveedores (1)	23	38
Ratio de operaciones pagadas (2)	23	38
Ratio de operaciones pendientes de pago (3)	37	38
(Miles de euros)		
Total pagos realizados	23.528	1.809
Total pagos pendientes	532	286
Volumen monetario de facturas pagadas en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad	20.528	1.479
Porcentaje que representan los pagos inferiores a dicho máximo sobre el total de los pagos realizados	86.91%	81.8%
(Número de facturas)		
Facturas pagadas en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad	271	84
Porcentaje sobre el total de facturas	55,65%	52,5%

- (1) Periodo medio de pago a proveedores: Se entenderá por la media ponderada entre el ratio de operaciones pagadas y el ratio de operaciones no pagadas.
- (2) Ratio de operaciones pagadas: Se entenderá por la diferencia ponderada entre los días naturales que hayan transcurrido desde la fecha de recepción de los bienes o servicios (no obstante, a falta de información fiable sobre el momento en que se produce esta circunstancia, se tomará la fecha de recepción de la factura) hasta el pago material de la operación.
- (3) Ratio de operaciones pendientes de pago: Se entenderá por la diferencia ponderada entre los días naturales que hayan transcurrido desde la fecha de recepción de los bienes o servicios (no obstante, a falta de información fiable sobre el momento en que se produce esta circunstancia, se tomará la fecha de recepción de la factura) hasta el último día del periodo al que se refieran las cuentas anuales.

20.6 Información relativa la Alta Dirección y al Consejo de Administración

En el ejercicio social cerrado a 31 de diciembre de 2023, los consejeros de la Sociedad no se han encontrado en ninguna situación de conflicto, directo o indirecto, con el interés de la Sociedad, a excepción de la aprobación de los siguientes acuerdos en los que uno o varios consejeros, según el caso, se abstuvieron de participar en la deliberación y votación de los respectivos acuerdos por poder estar en situación de conflicto de interés:

- (i) la suscripción de un nuevo contrato por parte de la Sociedad con el presidente ejecutivo, así como la novación del mismo;
- (ii) la suscripción de un nuevo contrato por parte de la Sociedad con el vicepresidente ejecutivo, así como la novación del mismo;
- (iii) la designación de los beneficiarios de la renovación de un programa de adquisición de acciones de Clase B de la Sociedad;

Puig Brands, S.A.

Memoria del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023

- (iv) la suscripción de una serie de líneas de crédito con distintas entidades financieras;
- (v) la aprobación de dos contratos de arrendamiento en Francia y Estados Unidos, respectivamente; y
- (vi) la propuesta a la Junta General de Accionistas de la Sociedad de la aprobación de un bonus dinerario extraordinario.

La información relativa al personal de Alta Dirección, hace referencia al personal de Alta Dirección de Puig Brands, S.A. y de otras entidades del grupo de consolidación.

Las retribuciones del ejercicio 2023 al personal de Alta Dirección ascendieron a 51.047 miles de euros (12.945 miles de euros en 2022), en concepto de salarios fijos y variables, planes de incentivos a largo plazo, beneficios sociales, compromisos por pensiones y seguro de vida.

El Presidente y el Vicepresidente del Consejo de Administración también son miembros de la Alta Dirección y, en consecuencia, su remuneración ha sido devengada en función de sus servicios ejecutivos y su remuneración ha sido incluida en el apartado de remuneración del Consejo de Administración.

La retribución devengada por el Consejo de Administración por los servicios prestados como miembros del Consejo y por los servicios ejecutivos del Presidente y Vicepresidente han ascendido a 45.660 miles de euros en 2023 (9.055 miles de euros en 2022).

Puig ha pagado primas del seguro de responsabilidad de Consejeros y miembros de la Alta Dirección por importe de 175 miles de euros (130 miles de euros en 2022).

A 31 de diciembre de 2023, existían préstamos concedidos al personal de Alta Dirección por importe de 58.146 miles de euros (14.113 miles de euros en 2022). Los intereses devengados relacionados con los préstamos concedidos al personal de Alta Dirección han ascendido a 1.577 miles de euros (219 miles de euros en 2022). Los préstamos devengan intereses a un tipo de entre el 1,5% y el 3,25%.

Puig también ha otorgado planes de incentivos a largo plazo al personal de Alta Dirección. Durante 2023, estos planes fueron devengados aceleradamente en su totalidad, los importes se incluyen como salarios variables recibidos por el personal de Alta Dirección, incluido un miembro del Consejo de Administración con cargo ejecutivo (53.049 miles de euros en 2023). Esta retribución ha sido incluida en las retribuciones indicadas anteriormente.

Durante 2023, como parte del proceso de consolidación acelerada del plan de incentivos a largo plazo, Puig ha entregado 6.101.430 acciones propias en autocartera a la dirección clave y a un miembro del Consejo de Administración con servicios ejecutivos. Adicionalmente, durante el año 2023, las acciones propiedad de los beneficiarios de Puig, S.L. y Puig Gest, S.A. (950.406 y 8.030) han sido canjeadas por 3.374.335 acciones de Puig Brands, S.A.

Se han pactado opciones de compra y venta entre las partes por lo que a diciembre de 2023 se incluye como pasivo en el balance consolidado un importe total de 155.573 miles de euros.

Además de lo anterior, los miembros del Consejo de Administración poseen un total de 800.132 acciones de Puig Brands, S.A. Para algunas de las acciones mencionadas en poder de los miembros del Consejo de Administración, se han acordado opciones de put call entre las partes y Puig Brands, S.A. por lo que a diciembre de 2023 se incluye como pasivo en el balance consolidado un importe total de 11.664 miles de euros.

21. HECHOS POSTERIORES AL CIERRE

En enero de 2024, Puig adquirió a través de su filial Puig Internacional, S.A. una participación mayoritaria en Dr. Barbara Sturm (65%), por un importe total en efectivo de 291,1 millones de euros sujeto a ciertos ajustes establecidos en el acuerdo de compra. En relación con la adquisición, Puig acordó un earn-out con el fundador de la marca a largo plazo, cuyo importe está vinculado al rendimiento del negocio. Además, se ha acordado una opción de compra y venta cruzada sobre la participación minoritaria restante.

La marca premium de cuidado de la piel fundada en 2014 por la Dra. Barbara Sturm, médica de renombre mundial y pionera en el campo de los tratamientos antiinflamatorios, ofrece una cartera exclusiva de productos que abarcan suplementos y cuidado de la piel, cuerpo y cabello.

La adquisición de Dr. Barbara Sturm refuerza la posición competitiva de Puig al dar la bienvenida a una marca de culto de lujo reconocida mundialmente desarrollada a través de sus canales digitales y su red mundial de spas y boutiques, que ofrece tratamientos de alto rendimiento con una profunda experiencia en el cuidado de la piel.

El 1 de marzo de 2024 Puig ha negociado y firmado acuerdos para comprar las participaciones de determinados intereses minoritarios. Como resultado de las transacciones con los accionistas minoritarios de Prado Investments Ltd y Byredo AB, Puig ahora posee la totalidad de Byredo AB y también posee el 91% de Prado Investments Ltd. En conjunto, estas operaciones supusieron un pago de 597 millones de euros en efectivo y 16 millones de euros adicionales a pagar con acciones de Puig Brands, una vez sus títulos sean admitidos a cotización. Además, una de las partes que recibió efectivo en la operación descrita anteriormente tiene un compromiso irrevocable de invertir 161 millones de euros en la suscripción de acciones de Puig Brands en el momento de la oferta pública. Adicionalmente, a principios de mayo de 2024 Puig adquirirá el 9% restante de participación en Prado Investments Ltd.

Puig firmó tres líneas de crédito revolving, en febrero de 2024, por un total de 450 millones de euros para financiar estas operaciones.

Entre enero y marzo de 2024 se ejecutó un plan extraordinario de entrega de acciones para el director general, alta dirección y otro personal clave. Como resultado, se entregaron a los empleados un total de 1.498.213 acciones.

En febrero de 2024, Puig, S.L. (la Sociedad Dominante a efectos de consolidación fiscal) ha recibido un aviso de inspección en el Impuesto sobre Sociedades. Al mismo tiempo, Antonio Puig, S.A.U. ha recibido una notificación de inspección por el impuesto sobre el valor añadido y otros impuestos indirectos. A la fecha de formulación de estas cuentas anuales, no se esperan contingencias tributarias significativas derivadas de los resultados de estas inspecciones

Puig Brands, S.A.
Informe de gestión correspondiente al ejercicio anual terminado
el 31 de diciembre de 2023
(Expresado en miles de euros)

1. Evolución de los negocios

La evolución de los negocios de la Sociedad durante el ejercicio económico anual terminado el 31 de diciembre de 2023 ha sido la prevista.

Con fecha 30 de junio de 2022, el por aquel entonces Socio Único de la Sociedad, Puig, S.L., realizó ampliación de capital suscrita con cargo a aportaciones no dinerarias. El capital social de la Sociedad fue incrementado en 110.497 miles de euros, creándose 245.549 participaciones nuevas representativas del indicado aumento de capital (por valor de 450 euros cada una de ellas). Las nuevas participaciones se crean con prima de emisión total de 2.210.872 miles de euros, es decir, una prima de emisión de 9.004 euros por participación (ver Nota 1).

Adicionalmente, con fecha 20 de marzo de 2023 la Sociedad realizó una ampliación de capital por importe de 29.300 miles de euros con cargo a prima de emisión.

2. Acontecimientos importantes posteriores al cierre

No se han producido acontecimientos posteriores al cierre del ejercicio.

3. Actividades de I+D

La Sociedad no efectúa actividades de Investigación y Desarrollo.

4. Adquisiciones de acciones y participaciones propias

En mayo de 2023, Puig Brands adquirió 21.000.000 de sus acciones a su accionista único, Puig, S.L., por un importe de 344.775 miles de euros. Durante 2023, Puig Brands entregó 4.131.338 acciones propias a empleados a cambio de 44.112 acciones de Puig Gest, S.A. y 950.406 acciones de Puig, S.L. en poder de los empleados como parte del plan de derechos de apreciación de acciones (SAR). Además, en 2023, Puig entregó 10.418.035 acciones a empleados (plan SARs 2015-2018 y 2021-2023, nota 26) y miembros del Consejo.

5. Instrumentos Financieros y otros

En el curso habitual de sus operaciones, la Sociedad está expuesta al riesgo de crédito, al riesgo de mercado (riesgo de tipos de interés y tipos de cambio) y el riesgo de liquidez.

5.1. Riesgo de tipo de cambio

A nivel Grupo, Puig opera en un entorno internacional y por tanto está expuesto al riesgo de tipo de cambio en las transacciones en divisas, especialmente en lo que respecta al USD y la GBP (siendo el euro la moneda funcional tanto del Grupo como de la matriz). El riesgo cambiario está asociado con transacciones comerciales futuras, activos y pasivos reconocidos e inversiones netas en moneda extranjera.

Puig realiza una parte importante de sus ventas a clientes y a sus propias filiales así como determinadas compras en moneda distinta de su moneda funcional (euro). Los instrumentos de cobertura se utilizan para reducir los riesgos cambiarios derivados de las fluctuaciones de monedas diferentes a las monedas funcionales de las empresas del grupo.

Puig Brands, S.A.
Informe de gestión correspondiente al ejercicio anual terminado
el 31 de diciembre de 2023
(Expresado en miles de euros)

La financiación obtenida por el Grupo es principalmente en euros que representan el 95% del total de la deuda (2022: 96%; 2021: 98%). La totalidad de la financiación obtenida por la Sociedad es en euros.

El principal riesgo de tipo de cambio gestionado por la Sociedad a nivel individual, es la contratación de forma centralizada los instrumentos financieros derivados necesarios para cubrir los riesgos que se derivan de las fluctuaciones por tipo de cambio de sus filiales (Nota 17).

Adicionalmente, el riesgo de tipo de cambio a nivel de sociedad individual se produce por la posible pérdida causada por variaciones en el valor razonable o en los futuros flujos de efectivo de un instrumento financiero debidas a fluctuaciones en los tipos de cambio. La exposición de la Sociedad al riesgo de las fluctuaciones en los tipos de cambio se debe a:

- Los préstamos recibidos en divisa de diversas sociedades del grupo
- Los créditos concedidos en divisa a diversas sociedades del grupo
- Las cuentas a cobrar y a pagar en divisa por la operativa de cashpooling con empresas del grupo

Al objeto de mitigar este riesgo, en casos concretos, la Sociedad contrata instrumentos financieros derivados que cubren las diferencias de cambio que se originan por la evolución de dicha divisa.

5.2. Riesgo de tipo de interés

El riesgo de tipo de interés surge de la deuda corriente y no corriente con entidades bancarias. El objetivo de Puig es tener una elevada proporción de deuda a tipo fijo o tipo variable cubierta mediante swaps de tipos de interés (IRS). El principal objetivo de la gestión es proteger el beneficio neto del impacto de cambios significativos en los tipos de interés.

Puig utiliza instrumentos financieros derivados (swaps de tipos de interés) para cubrir el riesgo de variaciones de los tipos de interés de algunos préstamos. Dichos instrumentos financieros derivados se reconocen inicialmente a su valor razonable en la fecha en que se celebra un contrato de derivado y posteriormente se vuelven a medir a su valor razonable.

A 31 de diciembre de 2023, el importe de la deuda de la Sociedad sujeta a tipos de interés variables, sin cobertura de tipo de interés, ascendía a 200 millones de euros (2022: 200 millones de euros), representativo del 10% del total de la deuda bancaria (2022: 12%).

5.3. Riesgo de crédito

Actividades operativas

La Sociedad realiza la mayor parte de sus operaciones con empresas del Grupo, por lo que el riesgo de crédito que se deriva de sus actividades operativas no es significativo.

A nivel Grupo, el riesgo de crédito es el riesgo al que está expuesto Puig en caso de que un cliente o contraparte incumpla su obligación.

Para mitigar este riesgo Puig cuenta con una política de crédito y gestiona su exposición al riesgo de cobro en el curso normal de sus operaciones. Puig evalúa el crédito concedido a todos sus clientes por encima de una determinada cantidad. Asimismo, Puig dispone de un seguro de crédito para la mayoría de sus cuentas a cobrar.

Además, para mitigar este riesgo de crédito, el Grupo ha transferido este riesgo a terceros mediante factoring sin recurso de cuentas por cobrar comerciales, en cuyo caso el Grupo no retendría ningún riesgo de crédito.

Puig Brands, S.A.
Informe de gestión correspondiente al ejercicio anual terminado
el 31 de diciembre de 2023
(Expresado en miles de euros)

Actividades de inversión

Existen diferentes actividades de inversión en la Sociedad. Por un lado, se conceden créditos a largo plazo a sociedades del grupo al objeto de financiar las actividades de éstas. Dichos créditos requieren la aprobación de la Dirección General y devengan un tipo de interés de mercado.

Asimismo, la Sociedad es titular de créditos y deudas a empresas del Grupo a corto plazo cuyo origen radica en la gestión centralizada de la tesorería (cashpooling) del Grupo que ésta efectúa. En el marco de la gestión centralizada de la tesorería del Grupo, la Sociedad invierte sus excedentes de tesorería en imposiciones y pagarés en entidades de crédito con vencimiento inferior a tres meses (Nota 10), además de las inversiones entre tres meses y un año y superiores a un año.

El riesgo de crédito también surge del efectivo y equivalentes de efectivo, instrumentos financieros derivados y depósitos en bancos e instituciones financieras. Para mitigar este riesgo crediticio, el Grupo sólo trabaja con bancos con calificaciones crediticias sólidas según lo calificado por las agencias de calificación internacionales. La solvencia de estas entidades, tal como se indica en las calificaciones crediticias de cada entidad, se revisa periódicamente con el fin de realizar una gestión activa del riesgo de contraparte.

5.4. Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez se produce por la posibilidad de que Puig no pueda disponer de fondos líquidos, o acceder a ellos, en la cuantía suficiente y al coste adecuado, para hacer frente en todo momento a sus obligaciones de pago. El objetivo de Puig es mantener las disponibilidades líquidas necesarias dentro del marco de la planificación financiera que el grupo realiza conjuntamente.

Puig utiliza técnicas de planificación financiera para gestionar el riesgo de liquidez, teniendo en cuenta el vencimiento de los activos y pasivos financieros y las proyecciones de flujo de caja. El objetivo de Puig es equilibrar las necesidades estructurales y las necesidades excepcionales de tesorería con los préstamos y descubiertos contratados, para asegurarse de que podrá utilizarlos en función de su situación de liquidez.

Como consecuencia de lo anterior Puig considera que dispone de liquidez y acceso a financiación a medio y largo plazo que le permite asegurar los recursos necesarios para hacer frente a los potenciales compromisos para futuras inversiones.

Puig tiene cantidades no utilizadas de líneas de crédito que pueden utilizarse para cubrir déficits de caja operativos.

Puig Brands, S.A.
Informe de gestión correspondiente al ejercicio anual terminado
el 31 de diciembre de 2023
(Expresado en miles de euros)

6. Periodo medio de proveedores

La información relativa al periodo medio de pago a proveedores es la siguiente:

	2023	2022
(Días)		
Periodo medio de pago a proveedores (1)	23	38
Ratio de operaciones pagadas (2)	23	38
Ratio de operaciones pendientes de pago (3)	37	38
(Miles de euros)		
Total pagos realizados	23.528.309	1.809.070
Total pagos pendientes	531.560	286.226
Volumen monetario de facturas pagadas en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad	20.234.314	1.479.000
Porcentaje que representan los pagos inferiores a dicho máximo sobre el total de los pagos realizados	86.00%	81.8%
(Número de facturas)		
Facturas pagadas en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad	238	84
Porcentaje sobre el total de facturas	48.87%	52,5%

- (1) Periodo medio de pago a proveedores: Se entenderá por la media ponderada entre el ratio de operaciones pagadas y el ratio de operaciones no pagadas.
- (2) Ratio de operaciones pagadas: Se entenderá por la diferencia ponderada entre los días naturales que hayan transcurrido desde la fecha de recepción de los bienes o servicios (no obstante, a falta de información fiable sobre el momento en que se produce esta circunstancia, se tomará la fecha de recepción de la factura) hasta el pago material de la operación.
- (3) Ratio de operaciones pendientes de pago: Se entenderá por la diferencia ponderada entre los días naturales que hayan transcurrido desde la fecha de recepción de los bienes o servicios (no obstante, a falta de información fiable sobre el momento en que se produce esta circunstancia, se tomará la fecha de recepción de la factura) hasta el último día del periodo al que se refieran las cuentas anuales.

7. Hechos posteriores

Los hechos posteriores al cierre del ejercicio se describen en la Nota 21 de la Memoria.

Puig Brands, S.A.
Formulación

El Consejo de Administración de Puig Brands, S.A., a 19 de marzo de 2024, formula las cuentas anuales de conformidad con el Plan General de Contabilidad aprobado por el RD 1514/2007, integradas por el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de ingresos y gastos reconocidos, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo, la memoria y el informe de gestión, correspondientes al ejercicio anual terminado en 31 de diciembre de 2023:

D. Marc Puig Guasch Presidente	D. Manuel Puig Rocha Vicepresidente	D. Josep Oliu Consejero
D. Yiannis Petrides (Identificado en su pasaporte como Ioannis Petrides) Consejero	D. Rafael Cerezo Laporta Consejero	D. Patrick Raji Chalhoub Consejero
D. Jordi Constans Fernández (Identificado en su pasaporte como Jorge Valentín Constans Fernández) Consejero	D. Daniel Lalonde Consejero	D. Xavier Puig Alsina Consejero
D. Jordi Puig Alsina Consejero	D. Marian Puig Guasch Consejero	D. Christine Ann Mei Consejero
D. Ángeles García-Poveda Morera Consejero	D. Nicolas Mirzayantz Consejero	

