

**Informe de Revisión Limitada
PUIG BRANDS, S.A. Y SOCIEDADES
DEPENDIENTES**

**Estados Financieros Intermedios
Condensados Consolidados
e Informe de Gestión
Consolidado Intermedio
correspondientes al periodo de seis
meses terminado
el 30 de junio de 2025**



**The better the question.
The better the answer.
The better the world works.**



**Shape the future
with confidence**

INFORME DE REVISIÓN LIMITADA SOBRE ESTADOS FINANCIEROS INTERMEDIOS CONDENSADOS CONSOLIDADOS

A los accionistas de PUIG BRANDS, S.A. por encargo de la Dirección:

Informe sobre los estados financieros intermedios condensados consolidados

Introducción

Hemos realizado una revisión limitada de los estados financieros intermedios condensados consolidados adjuntos (en adelante los estados financieros intermedios) de Puig Brands, S.A. (en adelante la Sociedad dominante) y sociedades dependientes (en adelante el Grupo), que comprenden el balance de situación intermedio condensado consolidado al 30 de junio de 2025 y la cuenta de resultados, el estado del resultado global, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y las notas explicativas, todos ellos condensados y consolidados, correspondientes al periodo de seis meses terminado en dicha fecha. Los administradores de la Sociedad dominante son responsables de la elaboración de dichos estados financieros intermedios de acuerdo con los requerimientos establecidos en la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 34, Información Financiera Intermedia, adoptada por la Unión Europea, para la preparación de información financiera intermedia condensada, conforme a lo previsto en el artículo 12 del Real Decreto 1362/2007. Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión sobre estos estados financieros intermedios basada en nuestra revisión limitada.

Alcance de la revisión

Hemos realizado nuestra revisión limitada de acuerdo con la Norma Internacional de Trabajos de Revisión 2410, "Revisión de Información Financiera Intermedia realizada por el Auditor Independiente de la Entidad". Una revisión limitada de estados financieros intermedios consiste en la realización de preguntas, principalmente al personal responsable de los asuntos financieros y contables, y en la aplicación de procedimientos analíticos y otros procedimientos de revisión. Una revisión limitada tiene un alcance sustancialmente menor que el de una auditoría realizada de acuerdo con la normativa reguladora de la auditoría de cuentas vigente en España y, por consiguiente, no nos permite asegurar que hayan llegado a nuestro conocimiento todos los asuntos importantes que pudieran haberse identificado en una auditoría. Por tanto, no expresamos una opinión de auditoría de cuentas sobre los estados financieros intermedios adjuntos.

Conclusión

Como resultado de nuestra revisión limitada, que en ningún momento puede ser entendida como una auditoría de cuentas, no ha llegado a nuestro conocimiento ningún asunto que nos haga concluir que los estados financieros intermedios adjuntos del periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2025 no han sido preparados, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los requerimientos establecidos en la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 34, Información Financiera Intermedia, adoptada por la Unión Europea, conforme a lo previsto en el artículo 12 del Real Decreto 1362/2007, para la preparación de estados financieros intermedios condensados.

Párrafo de énfasis

Llamamos la atención al respecto de lo señalado en la Nota 2.1 de las notas explicativas adjuntas, en la que se menciona que los citados estados financieros intermedios adjuntos no incluyen toda la información que requerirían unos estados financieros consolidados completos preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera, adoptadas por la Unión Europea, por lo que los estados financieros intermedios adjuntos deberán ser leídos junto con las cuentas anuales consolidadas del Grupo correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2024. Esta cuestión no modifica nuestra conclusión.

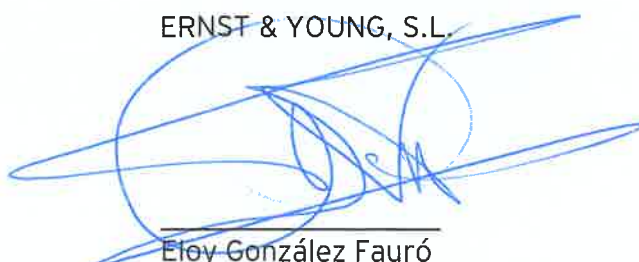
Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios

El informe de gestión consolidado intermedio adjunto del período de seis meses terminado el 30 de junio de 2025 contiene las explicaciones que los administradores de la Sociedad dominante consideran oportunas sobre los hechos importantes acaecidos en este período y su incidencia en los estados financieros intermedios presentados, de los que no forma parte, así como sobre la información requerida conforme a lo previsto en el artículo 15 del Real Decreto 1362/2007. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión concuerda con los estados financieros intermedios del período de seis meses terminado el 30 de junio de 2025. Nuestro trabajo se limita a la verificación del informe de gestión consolidado intermedio con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de Puig Brands, S.A. y sociedades dependientes.

Párrafo sobre otras cuestiones

Este informe ha sido preparado a petición de la Dirección de la Sociedad dominante en relación con la publicación del informe financiero semestral requerido por el artículo 100 de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión.

ERNST & YOUNG, S.L.



Eloy González Fauró

9 de septiembre de 2025



PUIG



Contenidos

1. Estados financieros intermedios condensados consolidados

Balance de situación intermedio condensado consolidado	5
Cuenta de resultados intermedia condensada consolidada	6
Estado de resultados global intermedio condensado consolidado	7
Estado de cambios en el patrimonio neto intermedio condensado consolidado	8
Estado de flujos de efectivo intermedio condensado consolidado	9
Notas explicativas de los estados financieros intermedios condensados consolidados	10

2. Informe de gestión consolidado intermedio

66

01. Estados financieros intermedios condensados consolidados

a 30 de junio de 2025



Balance de situación intermedio condensado consolidado

Balance de situación intermedio condensado consolidado a 30 de junio de 2025 y 31 diciembre de 2024

(Miles de euros)	Notas	2025	2024
Activo			
Inmovilizado material	8	364.999	380.356
Activo intangible	8	4.628.063	4.705.720
Activos derecho de uso	8	338.778	365.076
Participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos	9	420.845	395.190
Inversiones financieras a largo plazo	10	219	689
Otros activos no corrientes	10	120.103	130.865
Activos por impuestos diferidos		164.581	171.826
Total activo no corriente		6.037.588	6.149.722
Existencias	11	765.392	720.312
Clientes y deudores	10	683.466	567.529
Otros activos corrientes	12	269.447	282.991
Tesorería y equivalentes		283.322	882.646
Total activo corriente		2.001.627	2.453.478
Total activo		8.039.215	8.603.200
Pasivo			
Capital social	13	128.499	128.499
Reservas y ganancias acumuladas	13	3.789.833	3.612.174
Acciones propias	13	(80.281)	(80.281)
Dividendo a cuenta		—	—
Reservas por valoración de activos y pasivos no realizados		(6.121)	(27.720)
Diferencias de conversión	13	(165.426)	(106.568)
Patrimonio neto de la Sociedad dominante		3.666.504	3.526.104
Accionistas minoritarios	13	12.366	11.580
Total patrimonio neto		3.678.870	3.537.684
Deudas con entidades de crédito	15	725.810	1.129.931
Pasivos por impuestos diferidos		594.123	619.128
Provisiones y otros pasivos	17-18	1.316.165	1.513.147
Total pasivo no corriente		2.636.098	3.262.206
Deudas con entidades de crédito	15	704.150	527.173
Proveedores y acreedores		259.385	229.492
Otras cuentas a pagar a corto plazo	20	734.960	999.020
Impuesto sobre sociedades a pagar		25.752	47.625
Total pasivo corriente		1.724.247	1.803.310
Total pasivo		8.039.215	8.603.200

Las notas 1 a 22 incluidas en los estados financieros intermedios consolidados condensados y los anexos son parte integral del balance de situación intermedio condensado consolidado a 30 de junio de 2025 y a 31 diciembre de 2024.



Cuenta de resultados intermedia condensada consolidada

Cuenta de resultados intermedia condensada consolidada para el período de 6 meses terminados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024

(Miles de euros)	Notas	2025	2024
Ingresos netos	4-5	2.299.324	2.171.222
Coste de ventas		(557.233)	(524.399)
Margen bruto de explotación		1.742.091	1.646.823
Gastos de distribución		(108.188)	(107.081)
Gastos de publicidad y promoción		(758.347)	(684.936)
Gastos de ventas, generales y administración		(543.246)	(542.015)
Resultado operativo	4-5	332.310	312.791
Otros ingresos y gastos operacionales	5	—	(135.272)
Resultado operacional		332.310	177.519
Resultado financiero	6	(14.226)	(19.997)
Resultado de empresas asociadas y negocios conjuntos y deterioros de activos financieros	9	26.915	31.431
Beneficio antes de impuestos		344.999	188.953
Impuesto sobre sociedades		(64.095)	(32.140)
Resultado del ejercicio		280.904	156.813
Resultado atribuible a accionistas minoritarios (beneficio) / pérdida	13	(5.896)	(2.984)
Resultado atribuido a la Sociedad dominante		275.008	153.829

Las notas 1 a 22 incluidas en los estados financieros intermedios consolidados condensados y los anexos son parte integral de la cuenta de resultados intermedia condensada consolidada correspondientes a los períodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024.



Estado de resultados global intermedio condensado consolidado

Estado de resultados global intermedio condensado consolidado para el período de 6 meses terminados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024

(Miles de euros)	Notas	2025	2024
Resultado de la cuenta de resultados consolidada del periodo		280.904	156.813
Pérdidas y ganancias netas procedentes de flujos de efectivo		27.192	(4.080)
Efecto impositivo		(5.113)	419
Diferencias de conversión		(59.933)	(11.432)
Partidas que pueden traspasarse a resultados		(37.854)	(15.093)
Activos financieros a valor razonable con cambios en el patrimonio neto		(480)	(1.316)
Efecto impositivo		—	—
Partidas que no se reclasificarán a resultados		(480)	(1.316)
Total resultado global consolidado del periodo		242.570	140.404
Atribuido a:			
La sociedad dominante		237.659	137.268
Accionistas minoritarios		4.911	3.136

Las notas 1 a 22 contenidas en las notas a los estados financieros intermedios consolidados condensados y los anexos constituyen una parte integral del estado de resultados global intermedio condensado consolidado correspondientes a los períodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024.



Estado de cambios en el patrimonio neto intermedio condensado consolidado

Estado de cambios en el patrimonio neto intermedio condensado consolidado para el período de 6 meses terminados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024

(Miles de euros)	Capital	Reservas	Dividendo a cuenta	Acciones Propias	Reservas por revalorización de activos y pasivos no realizados	Diferencias de conversión	Accionistas Minoritarios	Total
Saldo al 31 de diciembre de 2023	144.000	1.087.933	(80.000)	(105.907)	10.935	(107.055)	9.303	959.209
Total resultado global consolidado del periodo	—	153.829	—	—	(4.977)	(11.584)	3.136	140.404
Operaciones con accionistas								
Ampliación de capital	4.091	1.641.252	—	—	—	—	—	1.645.343
Reducción de capital	(19.592)	19.592	—	—	—	—	—	—
Distribución de dividendos	—	(184.267)	—	—	—	—	—	(184.267)
Acciones propias	—	243.257	—	25.626	—	—	—	268.883
Adquisición de minoritarios	—	181.604	—	—	—	—	—	181.604
Combinaciones de negocios	—	—	—	—	—	—	160.632	160.632
Otras variaciones de patrimonio								
Opciones put y call	—	(59.070)	—	—	—	—	(160.632)	(219.702)
Reclasificación de accionistas minoritarios	—	520	—	—	—	—	(520)	—
Otras variaciones	—	(91.182)	80.000	—	—	—	—	(11.182)
Saldo al 30 de junio de 2024	128.499	2.993.468	—	(80.281)	5.958	(118.639)	11.919	2.940.924
Saldo al 31 de diciembre de 2024	128.499	3.612.174	—	(80.281)	(27.720)	(106.568)	11.580	3.537.684
Total resultado global consolidado del periodo	—	275.008	—	—	21.599	(58.948)	4.911	242.570
Operaciones con accionistas								
Ampliación de capital	—	—	—	—	—	—	—	—
Reducción de capital	—	—	—	—	—	—	—	—
Distribución de dividendos	—	(212.260)	—	—	—	—	(210)	(212.470)
Acciones propias	—	—	—	—	—	—	—	—
Adquisición de minoritarios	—	—	—	—	—	1.126	—	1.126
Otras variaciones de patrimonio								
Opciones put y call	—	111.462	—	—	—	—	—	111.461
Reclasificación de accionistas minoritarios	—	4.600	—	—	—	—	(4.600)	—
Otras variaciones	—	(1.151)	—	—	—	(1.036)	685	(1.501)
Saldo al 30 de junio de 2025	128.499	3.789.833	—	(80.281)	(6.121)	(165.426)	12.366	3.678.870

Las notas del 1 al 22 contenidas en las notas a los estados financieros intermedios condensados consolidados y los anexos son una parte integral de los estados de cambios en el patrimonio neto correspondientes a los períodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024.



Estado de flujos de efectivo intermedio condensado consolidado

Estado de flujos de efectivo intermedio condensado consolidado para el período de seis meses terminados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024

(Miles de euros)	Notas	2025	2024
Flujos de efectivo de actividades de explotación			
Resultado atribuido a la sociedad dominante		275.008	153.829
Resultado atribuido a accionistas minoritarios		5.896	2.984
Ajustes al resultado por:			
Amortizaciones y deterioros	8	113.130	97.468
Impuestos diferidos		(14.123)	(32.064)
Gasto financiero por arrendamientos	6	5.180	3.486
Resultados de operaciones de inversión y financiación		11.886	34.845
Otros conceptos no monetarios y provisiones *		(50.786)	(31.234)
Resultado de participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos		(26.915)	(31.431)
Flujo de efectivo de otros activos y pasivos no corrientes		(14.493)	(2.540)
Cambios en el capital circulante	21	(351.024)	(386.575)
Flujo de efectivo neto procedente de actividades operativas (I)		(46.241)	(191.232)
Flujos de efectivo de actividades de inversión			
Adquisición de inmovilizado material y activo intangible	8	(70.031)	(65.606)
Venta de inmovilizado material y activo intangible		—	203
Dividendos recibidos		6.000	—
Cambios en otros activos financieros (incluyendo inversiones financieras)		10.926	—
Combinaciones de negocios (neto de caja)		—	(261.523)
Adquisición de accionistas minoritarios		(13.485)	(601.540)
Devolución de otras deudas a corto plazo		13.402	(1.909)
Flujo de efectivo neto procedente de actividades de inversión (II)		(53.188)	(930.375)
Flujos de caja de actividades de financiación			
Ampliación de capital		—	1.377.091
Adquisición de acciones propias		—	—
Dividendos pagados		(202.347)	(184.267)
Emisión de préstamos bancarios		289.054	664.913
Devolución de préstamos bancarios		(539.947)	(1.095.155)
Devolución de deudas por arrendamientos		(43.093)	(27.934)
Flujo de efectivo neto procedente de actividades de financiación (III)		(496.333)	734.648
Efecto de la variación por los tipos de cambio en tesorería (IV)		(3.562)	2.293
Incremento / (disminución) en tesorería y equivalentes (I + II + III + IV)		(599.324)	(384.666)
Total tesorería y equivalentes al inicio del periodo		882.646	852.901
Tesorería y equivalentes a 30 de junio		283.322	468.235

* Incluye principalmente ajustes en Earn-outs, prestaciones para empleados, provisiones y pagos por impuesto de sociedades y otros conceptos.

Las notas del 1 al 22 incluidas en las notas a los estados financieros intermedios consolidados condensados y los anexos son una parte integral de los estados de flujos de efectivo intermedios condensados consolidados correspondientes a los períodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024.



Notas explicativas de los estados financieros intermedios condensados consolidados

Para el período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025

1. Información corporativa	11
2. Bases de presentación	13
3. Información segmentada	17
4. Información geográfica	19
5. Otros ingresos y gastos operacionales	20
6. Resultado financiero	21
7. Impuestos	23
8. Inmovilizado material, intangible y derechos de uso	25
9. Participación en empresas asociadas y negocios conjuntos	27
10. Activos financieros	28
11. Existencias	29
12. Otros activos a corto plazo	29
13. Patrimonio neto	30
14. Ganancias por acción	32
15. Deudas con entidades de crédito	33
16. Instrumentos financieros derivados	35
17. Pasivo por arrendamiento	37
18. Provisiones, contingencias y otros pasivos	38
19. Compromisos	41
20. Otros pasivos a corto plazo	42
21. Otras informaciones	43
22. Hechos posteriores	45
Anexo 1- Puig Brands y sociedades dependientes	46
Anexo 2- Sociedades bajo el régimen de consolidado fiscal	55
Anexo 3- Medidas alternativas de rendimiento	56



1. Información corporativa

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

El 3 de mayo de 2024, las acciones clase B de Puig Brands, S.A. fueron admitidas a cotización en las cuatro Bolsas de Valores españolas a través del Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo).

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 financiero finalizado el 31 de diciembre de 2024 fueron formuladas por los administradores de Puig Brands el 26 de febrero de 2025 y aprobados por la Junta General Ordinaria de Accionistas el 28 de mayo de 2025 en L’Hospitalet de Llobregat (Barcelona).

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

Desde 1914, la Familia Puig ha dirigido el negocio familiar. La Familia Puig es el pilar de los valores de la Compañía, que han sido 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. Presente en las categorías de fragancias y moda, maquillaje y cuidado de la piel, sus marcas se refuerzan con un poderoso ecosistema de fundadores y generan compromiso a través de la narración de historias que conectan con las emociones de las personas.

En Puig honramos los valores y principios establecidos por tres generaciones de liderazgo familiar. Hoy continuamos construyendo sobre ese legado, a través de compromisos conscientes en nuestra 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 licenciadas. Puig se basa en un sistema único de marcas, liderado por personalidades únicas, con las que establece relaciones duraderas y productivas, a través de valores compartidos y la misma visión de construcción de marca. La mayor parte del negocio generado por Puig se construye sobre sus marcas propias, destacando Carolina Herrera, Jean Paul Gaultier, Rabanne, Charlotte Tilbury, Dr.Barbara Sturm, Nina Ricci, Dries Van Noten, Penhaligon's, L'Artisan Parfumeur, Kama Ayurveda, Loto del Sur, Byredo, Apivita y Uriage. Además, Puig comercializa productos de marcas licenciadas, principalmente Christian Louboutin, Adolfo Domínguez y Antonio Banderas.

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

Como hogar de marcas premium altamente deseables, y para asegurar que la identidad de cada marca se refleje en todas las etapas, Puig está presente en cada etapa de la cadena de valor, confiando en el conocimiento y la infraestructura de proveedores y socios líderes.

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



2. Bases de presentación

2.1. Bases de presentación

Los estados financieros intermedios condensados consolidados correspondientes al período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025 (en adelante, estados financieros intermedios), han sido preparadas de acuerdo con la norma IAS 34 “Información financiera intermedia” y, por lo tanto, no incluyen toda la información adicional y desgloses requeridos en la preparación de los estados financieros anuales consolidados completos, y deben leerse conjuntamente con las cuentas anuales consolidadas de Puig para el año finalizado el 31 diciembre de 2024 para su correcta interpretación.

Las notas seleccionadas que acompañan a los estados financieros intermedios contienen una explicación de los eventos o variaciones significativas para explicar los cambios en el balance consolidado y la cuenta de resultados, el resultado integral, los cambios en el patrimonio y los flujos de efectivo de la Compañía entre el 31 diciembre de 2024 y el 30 de junio de 2025.

Los estados financieros intermedios se expresan en miles de euros, a menos que se indique lo contrario.

2.2. Comparación de la información

De acuerdo con la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 34, para fines comparativos, los estados financieros intermedios incluyen el balance de situación correspondiente a la fecha de cierre del año financiero inmediatamente anterior (31 diciembre de 2024) junto con el balance de situación consolidado a 30 de junio de 2025. Adicionalmente a las cifras consolidadas para el período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025, se incluyen para cada partida de la cuenta de resultados consolidada, el estado de resultados global consolidado, el estado de flujos de efectivo consolidado y las notas correspondientes las del mismo período del año anterior.

Se han aplicado todos los principios contables obligatorios.



2.3. Bases de consolidación

Los estados financieros intermedios correspondientes al período de 6 meses finalizado el 30 de junio de 2025 de Puig han sido preparados a partir de los registros contables mantenidos por la Sociedad Matriz y por las demás sociedades incluidas dentro del perímetro de consolidación de Puig.

Se han eliminado todos los saldos y transacciones entre empresas del grupo, incluyendo las ganancias no realizadas que surgen de las transacciones intragrupo.

Todas las empresas incluidas en el perímetro de consolidación han sido consolidadas utilizando el método de consolidación global, excepto los grupos Ponteland Distribuição, S.A. (Granado), Sociedad Textil Lonia, S.A., Isdin, S.A. y Beijing Yitian Shidai Trading, Co, LLC, que han sido consolidados utilizando el método de participación.

Las empresas asociadas en las que Puig no tiene control pero ejerce una influencia significativa han sido valoradas utilizando el método de participación. Para la preparación de estos estados financieros intermedios, se ha considerado que existe una influencia significativa en aquellas empresas donde se posee más del 20% del capital social y se puede demostrar que dicha influencia significativa existe.

Las empresas dependientes se consolidan desde la fecha en que el control se transfiere a Puig y dejan de consolidarse cuando dicho control ya no existe. Cuando se pierde el control de una empresa dependiente, las cuentas anuales consolidadas incluyen los resultados de la filial por la parte del ejercicio social durante la cual el control todavía se mantenía.

2.4. Perímetro de consolidación

No se han realizado cambios significativos dentro del grupo en 2025.



2.5. Cambios en políticas contables y en los desgloses de información

Las políticas contables utilizadas en la preparación de estos estados financieros intermedios son las mismas que se aplicaron en las cuentas anuales consolidadas para el ejercicio anual finalizado el 31 diciembre de 2024, ya que ninguna de las normas, interpretaciones o enmiendas que son aplicables por primera vez en este período han impactado las políticas contables del Grupo.

El Grupo tiene la intención de adoptar las normas, interpretaciones y enmiendas emitidas por la IASB, que no son obligatorias en la Unión Europea, cuando entren en vigor, si son aplicables. Aunque el Grupo está analizando actualmente su impacto, basado en los análisis realizados hasta la fecha, el Grupo estima que su aplicación inicial no tendrá un impacto significativo en sus cuentas anuales consolidadas o estados financieros intermedios.

2.6. Estacionalidad de las transacciones

Debido a la naturaleza estacional del negocio de cosméticos y perfumería, se espera que los ingresos netos y el beneficio operativo para la segunda mitad del año sean mayores que los de la primera mitad. Esto se debe al aumento de la demanda que experimenta el sector durante la segunda mitad del año para satisfacer las ventas navideñas.

2.7. Uso de estimaciones y juicios de valor

La preparación de los estados financieros intermedios de acuerdo con IFRS-EU requiere que Puig realice estimaciones y juicios de valor razonable que afectan la aplicación de las políticas contables y los saldos de activos, pasivos, ingresos y gastos.

Estas estimaciones y juicios de valor razonable se basan en la experiencia histórica y en varios otros factores que se consideran razonables bajo las circunstancias, y sus resultados forman la base para determinar las opiniones sobre los valores en libros de los activos y pasivos que no están disponibles fácilmente de otras fuentes.

Los supuestos macroeconómicos utilizados en las estimaciones se basan en datos proporcionados por entidades de renombre y están adaptadas a las especificaciones de Puig, incluyendo inflación, tasas de interés, tipos de cambio, etc. Puig incorpora estos supuestos macroeconómicos en su planificación y estrategia empresarial.



Los planes de negocio preparados por la dirección se utilizan en las estimaciones realizadas por Puig para la preparación de los estados financieros intermedios (por ejemplo, pruebas de deterioro, reconocimiento de impuestos diferidos o valoración de pasivos, etc.). Sin embargo, los resultados reales pueden diferir de las estimaciones realizadas en los planes de negocio, tanto en las previsiones de desarrollo del negocio como en las suposiciones aplicadas para los cálculos.

Las principales estimaciones de Puig son las siguientes:

- La vida útil y el valor razonable de la propiedad, planta y equipo, y los activos intangibles.
- Los juicios utilizados para determinar el valor razonable/valor en uso de varias Unidades Generadoras de Efectivo (UGEs) o grupos de ellas para evaluar el posible deterioro del fondo de comercio u otros activos.
- Estimación de las pérdidas crediticias esperadas en cuentas por cobrar y obsolescencia de inventarios.
- Estimación de deducciones de las ventas netas (devoluciones y descuentos).
- El valor razonable de los instrumentos financieros y ciertos activos financieros no cotizados.
- Suposiciones utilizadas para determinar los valores razonables de las obligaciones relacionadas con combinaciones de negocios. Las obligaciones por consideración contingente se encuentran bajo el nivel 3 de la jerarquía de valor razonable de acuerdo con la IFRS 13.
- Provisiones: Se realiza una estimación de los importes a liquidar en el futuro, incluyendo aquellos relacionados con obligaciones contractuales, litigios pendientes y otros costes 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 créditos fiscales, incluyendo pérdidas fiscales a compensar y derechos de deducción. Los activos fiscales diferidos se reconocen en la medida en que haya beneficios fiscales futuros disponibles contra los cuales se puedan compensar diferencias temporales, basados en las suposiciones de la dirección respecto a la cantidad y el momento de los beneficios fiscales futuros.



3. Información segmentada

La información presentada a continuación sobre los segmentos se ha preparado de acuerdo con la IFRS 8, identificando los correspondientes segmentos operativos basados en el tipo de productos ofrecidos en cada uno de ellos.

Las actividades comerciales de Puig están organizadas en tres segmentos: Fragancia y Moda, Maquillaje y Cuidado de la Piel.

El informe de segmento se presenta con este desglose ya que es el utilizado por la alta dirección y el consejo de administración de Puig para monitorear el negocio. A efectos de la IFRS 8, el consejo de administración debe entenderse como la máxima autoridad para la toma de decisiones operativas en Puig.

Fragancia y Moda: El segmento de negocio de Fragancia y Moda se centra en la creación, comercialización y venta de fragancias y, en mucha menor medida, ropa, accesorios y otros artículos relacionados con la moda. Aunque la moda es una pequeña parte de nuestros ingresos, ha sido un facilitador clave de la industria de las fragancias, especialmente en el segmento premium, donde una parte importante 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.

Bajo esta categoría de negocio, Puig diseña, desarrolla y comercializa fragancias en varias formas, incluyendo sprays de eau de parfum y colonias, así como lociones, polvos, cremas, velas y jabones, que se basan en una fragancia particular. Además, Puig diseña, produce y comercializa ropa, calzado y accesorios.

El portfolio de marcas de Puig que operan en la categoría de negocio de Fragancia y Moda incluye Carolina Herrera, Jean Paul Gaultier, Nina Ricci, Rabanne, Byredo, Christian Louboutin, 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, correctores, lápices labiales, brillos labiales, delineadores de ojos, rubores, máscaras y sombras de ojos.

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

Charlotte Tilbury es la marca con mayor contribución de ingresos a nuestro segmento de maquillaje, es la líder en términos de conocimiento (know-how) y actúa como motor para la expansión de productos de maquillaje a marcas que ya están establecidas en otros segmentos.



Cuidado de la Piel: El segmento de negocio 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, hidratantes, sueros, cuidado corporal, exfoliantes, correctores de acné y aceite, mascarillas faciales y productos para el cuidado solar.

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

La distribución de los ingresos netos, el resultado operativo, la amortización y deterioro y los activos operativos entre segmentos en el período de 6 meses que finaliza el 30 de junio de 2025 y 2024 es la siguiente:

2025

(Miles de euros)	Ingresos netos	Resultado operativo	Amortización y deterioro	Activos operacionales
Fragancias y moda	1.684.673	299.256	82.796	3.763.801
Maquillaje	339.128	12.102	18.724	2.056.781
Cuidado de la piel	275.523	20.952	11.610	960.116
	2.299.324	332.310	113.130	6.780.698

2024

(Miles de euros)	Ingresos netos	Resultado operativo	Amortización y deterioro	Activos operacionales
Fragancias y moda	1.581.845	294.238	71.823	3.762.331
Maquillaje	334.411	105	15.613	2.079.661
Cuidado de la piel	254.966	18.448	10.032	989.984
	2.171.222	312.791	97.468	6.831.976

Se han asignado eliminaciones en Ingresos netos por valor de 8,3 millones de euros (16,7 millones de euros en 2024) y 2,3 millones de euros (1,0 millones de euros en 2024) a Fragancias y Moda y Cuidado de la piel, respectivamente.

Los activos operativos son aquellos activos gestionados en los segmentos de negocio. Los activos operativos incluyen activos fijos, activos intangibles, activos por derecho de uso, existencias y cuentas por cobrar.

Los activos operativos en 2024 se han reexpresados teniendo en cuenta la asignación definitiva del precio de compra de la adquisición de Dr. Barbara Sturm.



4. Información geográfica

En la presentación de la 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 informa utilizando tres áreas geográficas: EMEA (Europa, Oriente Medio y África), Américas y Asia-Pacífico.

La distribución de los ingresos netos y los activos operativos por áreas geográficas para el período de 6 meses terminado el 30 de junio es la siguiente:

2025

(Miles de euros)	Ingresos netos	Activos operacionales
EMEA	1.198.727	3.849.023
Américas	866.958	1.817.949
Asia-Pacífico	233.639	1.113.726
	2.299.324	6.780.698

2024

(Miles de euros)	Ingresos netos	Activos operacionales
EMEA	1.153.542	3.794.850
Américas	813.991	1.950.554
Asia-Pacífico	203.689	1.086.572
	2.171.222	6.831.976

Los activos operativos en 2024 se han reexpresados teniendo en cuenta la asignación definitiva del precio de compra de la adquisición de Dr. Barbara Sturm.

El importe neto en libros de inmovilizado material, activos intangibles y activos por derecho de uso ubicados en España ascendió a 353 millones de euros a fecha de 30 de junio de 2025 (348 millones de euros a fecha de 31 diciembre de 2024).



5. Otros ingresos y gastos operacionales

El desglose de este elemento es el siguiente:

(Miles de euros)	2025	2024
Coste de transacción	—	12.695
IPO	—	119.737
Otros	—	2.840
	—	135.272

Los costes de transacción se refieren a los gastos incurridos por combinaciones de negocios. Estos costes abarcan varios honorarios y gastos necesarios para completar las transacciones.

Los costes de la IPO se refieren a los premios extraordinarios a los empleados y otros costes incurridos durante dicho proceso, así como planes de incentivos extraordinarios pre-IPO.

En 2024, “Otros” hacía referencia principalmente con los costes de patrocinio de la Puig Women’s America’s Cup que ascienden a 2,1 millones de euros.



6. Resultado financiero

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

(Miles de euros)	2025	2024
Ingresos financieros de inversiones en entidades de crédito y otros	9.394	8.486
Ingresos financieros de partes relacionadas	1.532	1.705
Otros ingresos financieros	27.664	24.010
Total ingresos financieros	38.590	34.201
Gastos financieros por deudas con entidades de crédito, comisiones y otros	(24.298)	(39.746)
Gastos financieros de arrendamientos	(5.180)	(3.486)
Otros gastos financieros	—	(9.751)
Total gastos financieros	(29.478)	(52.984)
Diferencias de cambio netas	(23.338)	(1.215)
Total diferencias de cambio	(23.338)	(1.215)
Resultado financiero	(14.226)	(19.997)

Ingresos financiero

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

En 2025, los ingresos financieros de partes relacionadas incluyen intereses de 1.532 miles de euros de préstamos concedidos a empleados (1.705 miles de euros en 2024).

Otros ingresos financieros en 2025 corresponden al cambio en la valoración de los earn-outs (Nota 18).

Gastos financieros

Los gastos financieros de las deudas financieras con instituciones de crédito, incluyendo préstamos, swaps de tipos de interés, comisiones y otros, se refieren principalmente al interés sobre los préstamos concedidos y las líneas de crédito utilizadas durante el año en curso.

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

Otros costes financieros en 2024 correspondieron a la variación de los earn-outs en relación con las combinaciones de negocios (Nota 18).



Pérdidas (ganancias) por tipo de cambio

Las pérdidas por tipo de cambio en 2025 se atribuyen principalmente a la depreciación del dólar estadounidense seguida por los mercados emergentes.



7. Impuestos

Puig Brands están sujetas al impuesto sobre sociedades bajo el régimen de consolidación fiscal en España, siendo Exea Inversión Empresarial, S.L. la responsable de dicha consolidación fiscal. El Anexo 2 proporciona detalles de las empresas que forman parte del grupo de consolidación fiscal liderado por Exea Inversión Empresarial, S.L.

Las demás empresas generalmente pagan el impuesto sobre sociedades de forma individual, excepto en algunas jurisdicciones donde la tributación se realiza bajo un régimen de consolidación fiscal (Anexo 2).

En febrero de 2024, Exea Inversión Empresarial, S.L. recibió una notificación de inspección del impuesto sobre sociedades correspondiente a los ejercicios fiscales 2019-2022, así como del impuesto al valor añadido y las retenciones fiscales para los ejercicios fiscales 2020-2022. Al mismo tiempo, Antonio Puig, S.A.U. recibió una notificación de inspección del impuesto sobre sociedades correspondiente a los ejercicios fiscales 2019-2022, impuesto al valor añadido y retenciones fiscales para los ejercicios fiscales 2020-2022. En marzo de 2025, Puig Brands ha recibido una notificación de inspección del impuesto sobre sociedades correspondiente a los ejercicios fiscales 2019-2022, así como del impuesto sobre el valor añadido y de las retenciones correspondientes a los ejercicios fiscales 2021-2022. A la fecha de preparación de estos estados financieros intermedios condensados consolidados, no se esperan contingencias fiscales significativas como resultado de estas inspecciones.

Además, a 30 de junio de 2025, Puig tiene inspecciones fiscales en curso (iniciadas en 2022, 2023 y 2024) para empresas del grupo ubicadas en Estados Unidos, Francia, Canadá, Suiza y Alemania. A la fecha de preparación de estos estados financieros intermedios condensados consolidados, no se esperan contingencias fiscales significativas como resultado de estas inspecciones.

El 2 de junio de 2020, comenzaron los procedimientos de inspección en el grupo de consolidación fiscal español, para el impuesto sobre sociedades de los períodos 2015-2018 y el impuesto al 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 8.496 miles de euros. Estas fueron pagadas en 2022. Se presentó una reclamación económico-administrativa contra las liquidaciones con las que Puig no estaba de acuerdo en relación con el Impuesto sobre Sociedades, por un importe de 5.682 miles de euros. En noviembre de 2022 se presentaron las alegaciones de defensa. A la fecha de elaboración de estos estados financieros consolidados intermedios condensados, no se ha recibido ninguna resolución por parte del tribunal administrativo.



Según las regulaciones fiscales vigentes en los países donde están domiciliadas las empresas de Puig, las declaraciones de impuestos no pueden considerarse definitivas hasta que hayan sido inspeccionadas por las autoridades fiscales o hasta que expire el período de inspección correspondiente. Los años abiertos a inspección en relación con los principales impuestos varían según la legislación fiscal de cada país en el que opera el Grupo. Puig considera que, en caso de una inspección fiscal, no surgirían contingencias fiscales significativas en los estados financieros consolidados intermedios.



8. Inmovilizado material, intangible y derechos de uso

El desglose de los activos intangibles (incluyendo el fondo de comercio), inmovilizado material y los derechos de uso es la siguiente:

(Miles de euros)	Activo intangible	Inmovilizado material	Activo por derecho de uso	Total
A 31 de diciembre de 2024	4.705.720	380.356	365.076	5.451.152
Adiciones	19.800	50.231	41.137	111.168
Amortizaciones	(22.607)	(50.270)	(40.253)	(113.130)
Retiros netos	(5)	(1.996)	(14.266)	(16.267)
Traspasos y otros	(461)	(4.151)	36	(4.576)
Combinaciones de negocios	—	—	—	—
Diferencias de cambio	(74.384)	(9.171)	(12.952)	(96.507)
A 30 de junio de 2025	4.628.063	364.999	338.778	5.331.840

(Miles de euros)	Activo intangible	Inmovilizado material	Activo por derecho de uso	Total
A 31 de diciembre de 2023	4.114.267	326.341	287.922	4.728.530
Adiciones	20.332	45.274	50.727	116.333
Amortizaciones	(19.453)	(42.768)	(35.247)	(97.468)
Retiros netos	(74)	(596)	(94)	(764)
Traspasos y otros	(10.214)	199	1.456	(8.559)
Combinaciones de negocios	497.779	6.795	—	504.574
Diferencias de cambio	52.557	1.770	2.928	57.255
A 30 de junio de 2024	4.655.194	337.015	307.692	5.299.901

Las adiciones en 2025 corresponden a inversiones en fábricas y almacenes de Puig relacionadas con sus actividades principales, así como mejoras de arrendamiento y software.

Las combinaciones de negocios en 2024 se han reexpresado basándose en la asignación final del precio de compra de la adquisición de Dr. Barbara Sturm.

Ninguno de los elementos del inmovilizado material ha sido pignorado como garantía ante terceros.

Los activos intangibles incluyen principalmente marcas y fondo de comercio surgidos de combinaciones de negocios, los cuales se someten a pruebas de deterioro anualmente.



Las Unidades Generadoras de Efectivo (UGEs) son el grupo más pequeño identificable de activos que generan flujos de efectivo de manera independiente a los flujos de efectivo producidos por otros activos o grupos de activos. Puig define estas UGE asociándolas con diferentes marcas o negocios.

El desglose de los principales activos intangibles con vidas útiles indefinidas (marcas y fondo de comercio) por unidad generadora de efectivo y segmento operativo a fecha de 30 de junio de 2025 y para el año finalizado el 31 diciembre de 2024, es el siguiente:

Unidad Generadora de Efectivo	Segmento operativo	2025	2024
Charlotte Tilbury	Cuidado de la piel y maquillaje	1.887.365	1.946.949
Niche & Wellness	Cuidado de la piel y fragancias y moda	1.110.180	1.121.432
Uriage	Cuidado de la piel	152.095	152.095
Jean Paul Gaultier	Fragancias y moda	117.359	117.359
Apivita	Cuidado de la piel	67.667	67.667
Nina Ricci	Fragancias y moda	37.031	37.031
		3.371.697	3.442.533

Las variaciones entre periodos corresponden exclusivamente a las diferencias de conversión de los valores contables de las marcas y fondos de comercio, resultantes de las variaciones de los tipos de cambio entre las distintas monedas funcionales de las marcas y la moneda de presentación (euro).

Con respecto al fondo de comercio derivado de la adquisición de los negocios de Byredo y de Dr. Barbara Sturm (1.024 millones de euros), la estrategia de Puig abarcaba no solo la generación de flujos de efectivo dentro de los negocios adquiridos, sino también la generación de sinergias con otras UGEs distintas de Niche y Wellness. En consecuencia, dado que la asignación del fondo de comercio generado, a efectos de medir su posible deterioro, no podía atribuirse a una UGE específica (Niche y Wellness) sin incurrir en arbitrariedad, la evaluación de la recuperabilidad de dicho fondo de comercio se realiza a nivel del grupo de UGEs para el cual generará flujos de efectivo (Niche & Wellness, Carolina Herrera, Rabanne y Jean Paul Gaultier).

La política de metodología de deterioro aplicada por Puig a sus activos intangibles, particularmente sus marcas y fondo de comercio, se detalla en la Nota 16 de las cuentas anuales consolidadas de Puig Brands correspondientes al ejercicio cerrado a 31 diciembre de 2024, en la que se detallan los correspondientes test de deterioro realizados. Para el período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025, no se han identificado indicadores de deterioro que requieran el registro de provisiones.



9. Participación en empresas asociadas y negocios conjuntos

Los movimientos en “Inversiones en asociadas y empresas conjuntas” durante el período de seis meses finalizado el 30 de junio son los siguientes:

(Miles de euros)	2025	2024
Saldo inicial	395.190	375.212
Resultados	26.915	31.431
Deterioros netos	—	—
Dividendos recibidos	—	—
Diferencias de conversión	(1.260)	(10693)
A 30 de junio	420.845	395.950

Las principales inversiones en asociadas y negocios conjuntos para el período de 6 meses finalizado el 30 de junio se describen a continuación:

Puig posee el 25% de las acciones y derechos de voto de la entidad de moda española no cotizada Sociedad Textil Lonia, S.A., que cierra su ejercicio fiscal el 28 de febrero. El valor reflejado en el estado de situación financiera, según el método de participación antes mencionado, es de 153 millones de euros (150 millones de euros a diciembre de 2024). El aumento neto en el valor de la inversión corresponde a los resultados atribuidos al grupo durante los primeros seis meses del año.

Puig posee una participación del 35% en el grupo brasileño de perfumería y cosméticos no cotizado Granado (Ponteland Distribuição S.A.). El valor reflejado en el balance, según el método de participación antes mencionado, es de 114 millones de euros (109 millones de euros a diciembre de 2024). El incremento neto en el valor de la inversión corresponde a los resultados positivos atribuidos al grupo durante los primeros seis meses del año.

Puig posee el 50% del grupo no cotizado Isdin, S.A., cuya actividad es la fabricación, procesamiento y comercialización en todas sus formas, de productos químicos, biológicos y naturales de especialidad y productos farmacéuticos, dermatológicos, de higiene, perfumería, cosméticos, dietéticos, ortopédicos, entre otros. El valor reflejado en el balance, según el método de participación antes mencionado, es de 145 millones de euros (128 millones de euros a diciembre de 2024). El aumento neto en el valor de la inversión corresponde a los resultados atribuidos al grupo durante los primeros seis meses del año.

La metodología para probar el deterioro de las participaciones en empresas asociadas y negocios conjuntos no difiere significativamente de la aplicada a los activos intangibles.



10. Activos financieros

Los activos financieros a fecha de 30 de junio de 2025 y para el año finalizado el 31 diciembre de 2024 son los siguientes:

(Miles de euros)	2025	2024
Activos financieros no corrientes		
- Inversiones financieras a largo plazo	219	689
- Otros activos no corrientes	120.103	130.865
Activos financieros corrientes		
- Clientes y Deudores	683.466	567.529
- Otros activos corrientes (Nota 12)	269.447	282.991
Total	1.073.235	982.074

Otros activos no corrientes corresponden principalmente a préstamos concedidos a empleados para la adquisición de acciones de Puig Brands por un importe de 90.609 miles de euros (104.011 miles de euros al 31 diciembre de 2024). No existen diferencias significativas entre el valor de mercado de los préstamos y sus respectivos importes nominales, ya que devengan intereses a una tasa de mercado.

30 de junio de 2025, Puig no ha reducido sus cuentas a cobrar mediante acuerdos de factoring sin recurso (136 millones de euros al 31 de diciembre de 2024).



11. Existencias

El desglose de existencias por categoría, neto de la provisión por obsolescencia, a fecha de 30 de junio de 2025 y para el año finalizado el 31 diciembre de 2024, es el siguiente:

(Miles de euros)	2025	2024
Materias primas	182.540	183.338
Producto en curso	212.746	169.350
Producto acabado	494.795	495.355
Existencias brutas	890.081	848.043
Provisiones	(124.689)	(127.731)
Total	765.392	720.312

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

Puig tiene pólizas de seguro para cubrir posibles riesgos de daños.

12. Otros activos a corto plazo

El desglose de los otros activos a corto plazo, a 30 de junio de 2025 y para el año finalizado el 31 diciembre de 2024, es el siguiente:

(Miles de euros)	2025	2024
Gastos anticipados	65.780	57.962
Hacienda Pública deudora por impuestos	120.091	136.749
Activos financieros a valor razonable	26.380	1.789
Otros activos financieros con partes vinculadas (Nota 21)	36.624	52.954
Otras cuentas a cobrar	20.572	33.537
Total	269.447	282.991



13. Patrimonio neto

Capital social

A 30 de junio de 2025, el capital social asciende a 128.499 miles de euros, representado por 568.187.026 acciones totalmente suscritas y desembolsadas, pertenecientes a dos clases diferentes: (i) 393.367.348 acciones Clase A, con un valor nominal de 0,30 euros cada una, y (ii) 174.819.678 acciones Clase B, con un valor nominal de 0,06 euros cada una.

De acuerdo con lo establecido en los estatutos sociales de la Compañía, las acciones Clase A confieren, en conjunto, 1.966.836.740 derechos de voto (5 votos por cada acción Clase A), y las acciones Clase B confieren, en conjunto, 174.819.678 derechos de voto (1 voto por cada acción Clase B). En consecuencia, el número total de derechos de voto correspondientes a las acciones Clase A y Clase B, en conjunto, es de 2.141.656.418.

En 2025, no se han producido cambios en el número de acciones ni en el importe nominal del capital social.

La composición de los accionistas de Puig Brands es la siguiente:

Derechos económicos	2025	2024
Exea Inversión Empresarial, S.L, (controlado por Exea Quorum, S.L.)	73,5 %	73,5 %
Acciones propias	0,9 %	0,9 %
Otros	25,6 %	25,6 %
Total	100 %	100 %

Derechos a voto	2025	2024
Exea Inversión Empresarial, S.L. (controlado por Exea Quorum, S.L.)	93,0 %	93,0 %
Acciones propias	0,2 %	0,2 %
Otros	6,8 %	6,8 %
Total	100 %	100 %



Acciones propias

A 30 de junio de 2025, la Compañía posee 4.886.667 acciones propias (acciones Clase B), por un importe de 80.281 miles de euros, siendo los mismos importes que al 31 diciembre de 2024.

En 2025, no se han producido movimientos en el número de acciones propias.

Dividendos pagados

La Junta General Ordinaria de accionistas de Puig, celebrada el 28 de mayo de 2025, aprobó la aplicación del resultado del ejercicio 2024 de Puig Brands, S.A. (la Sociedad Dominante), que asciende a 222,9 millones de euros. De este importe, se acordó distribuir 212.3 millones de euros como dividendo, equivalente a 0,376815 euros brutos por acción (excluyendo las acciones en autocartera). El dividendo se pagó el 12 de junio de 2025, tras aplicar la correspondiente retención fiscal.



14. Ganancias por acción

Los beneficios básicos por acción se calculan de la siguiente manera:

(Miles de euros)	30 de junio de 2025	30 de junio de 2024 (reexpresado)
Resultado atribuido a la sociedad dominante	275.008	153.829
Promedio de acciones	568.187.026	568.187.026
Acciones propias	4.886.667	4.886.667
Promedio de acciones en circulación	563.300.359	563.300.359
Ganancias por acción (euro)	0,49	0,27

En 2025, se han reexpresado las ganancias por acción de junio 2024 debido a la Oferta Pública Inicial y sus efectos sobre el número promedio de acciones durante el período, de acuerdo con la NIC 33.

No hay diferencias entre las ganancias por acción básicas y diluidas para los períodos mencionados.



15. Deudas con entidades de crédito

El desglose de los préstamos corrientes y no corrientes a 30 de junio de 2025 y 31 diciembre de 2024 es el siguiente:

(Miles de euros)	2025	2024
Corriente		
Porción a corto plazo de la deuda a largo plazo	616.409	444.453
Líneas de crédito y otros	87.741	82.720
Total	704.150	527.173
No corriente		
Deudas a largo plazo	725.810	1.129.931
Total	725.810	1.129.931

A 30 de junio de 2025, la deuda sujeta a tipos de interés variables sin cobertura de tipos de interés ascendía a 98 millones de euros (2024: 74 millones de euros). Puig mantiene swaps de tipos de interés que cubren la totalidad de los préstamos restantes sujetos a tipos de interés variables, que ascendían a 792,5 millones de euros a 30 de junio de 2025 (2024: 899 millones de euros). La deuda sujeta a tipos de interés fijos ascendía a 540 millones de euros (2024: 684 millones de euros).

A 30 de junio de 2025, Puig ha reducido sus préstamos bancarios en comparación con el ejercicio anual terminado el 31 diciembre de 2024. Esta reducción se ha producido principalmente a nivel de la sociedad matriz e incluye la amortización programada de préstamos por un total de 374 millones de euros, así como la amortización anticipada de un préstamo contratado en 2023 por un importe de 100 millones de euros.

Estas reducciones han sido parcialmente compensadas por la firma de tres nuevos préstamos en 2025, por un importe total de 235 millones de euros.

A 30 de junio de 2025, la Compañía no tiene préstamos bancarios garantizados ni préstamos bancarios que incorporen garantías colaterales.

A 30 de junio de 2025, el importe total no dispuesto correspondiente a las pólizas de crédito contratadas asciende a 889 millones de euros (905 millones de euros a 31 diciembre de 2024).



Las deudas están denominadas en las siguientes monedas:

(Miles de euros)	Tasa de interés efectiva %	2025	2024
Euros	0,62% - 4,14%	1.340.809	1.585.486
Otras monedas	0,50% - 16,96%	89.151	71.618
		1.429.960	1.657.104

El valor razonable de las deudas con instituciones de crédito no difiere significativamente de su coste amortizado.

Una gran parte de las deudas financieras están sujetas al cumplimiento de cierto ratio financiero (basado en el EBITDA y la deuda financiera neta), el cual se espera cumplir en 2025 y en los años siguientes.



16. Instrumentos financieros derivados

Durante 2025, Puig continuó utilizando derivados para limitar tanto los riesgos de tipo de interés como los riesgos de moneda extranjera en posiciones no 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 30 de junio de 2025, estaban vigentes las siguientes coberturas de moneda extranjera realizadas por las empresas del grupo:

Descripción	Nocional 0'00	Vencimiento	Reconocido en Patrimonio	Reconocido en Resultados	Total
AUD/EUR	(12.700)	Julio 2025 - Febrero 2026	490	85	575
BRL/EUR	(45.000)	Julio 2025 - Octubre 2025	(52)	(51)	(103)
CAD/EUR	(4.700)	Julio 2025 - Febrero 2026	116	81	197
CLP/EUR	(14.241.400)	Julio 2025 - Febrero 2026	499	87	586
GBP/EUR	(39.000)	Julio 2025 - Enero 2026	620	15	635
MXN/EUR	(653.700)	Julio 2025 - Febrero 2026	(689)	(125)	(814)
PEN/EUR	(22.400)	Julio 2025 - Febrero 2026	98	36	134
USD/EUR	(458.250)	Julio 2025 - Febrero 2027	15.819	5.307	21.126
Total a 30 de junio de 2025			16.901	5.435	22.336

Las transacciones de cobertura de tasas de interés se han realizado a través de swaps para intercambiar tasas de interés variables por tasas fijas.



A 30 de junio de 2025, Puig ha formalizado los siguientes contratos de cobertura de tasas de interés:

Descripción	Nocional 0'00	Vencimiento	Reconocido en Patrimonio	Reconocido en Resultados	Total
EUR	30.000	Diciembre 2025	177	—	177
EUR	50.000	Junio 2026	570	—	570
EUR	40.000	Junio 2026	397	—	397
EUR	50.000	Junio 2026	(795)	—	(795)
EUR	50.000	Junio 2026	(791)	—	(791)
EUR	112.500	Mayo 2027	762	—	762
EUR	150.000	Mayo 2027	1.016	—	1.016
EUR	150.000	Mayo 2027	(4.257)	—	(4.257)
EUR	50.000	Mayo 2027	(1.360)	—	(1.360)
EUR	50.000	Junio 2028	(41)	—	(41)
EUR	60.000	Junio 2030	(186)	—	(186)
Total a 30 de junio de 2025	792.500		(4.508)	—	(4.508)

A 30 de junio de 2025, Puig ha formalizado los siguientes contratos de cobertura de tipos de cambio para cubrir préstamos formalizados en moneda extranjera:

Descripción	Nocional 0'00	Vencimiento	Reconocido en Patrimonio	Reconocido en Resultados	Total
AUD/EUR	30.350	Julio 2025	—	174	174
SEK/EUR	(199.500)	Julio 2025	—	65	65
JPY/EUR	2.420.000	Julio 2025	—	156	156
USD/EUR	211.000	Julio 2025	—	3.793	3.793
CAD/EUR	4.500	Octubre 2025	—	58	58
GBP/EUR	(84.199)	Julio 2025	—	(514)	(514)
SGD/EUR	(9.000)	Julio 2025	—	(59)	(59)
HKD/EUR	244.000	Julio 2025	—	478	478
CHF/EUR	(3.000)	Julio 2025	—	16	16
INR/EUR	307.500	Julio 2026	—	21	21
Total a 30 de junio de 2025			—	4.188	4.188



17. Pasivo por arrendamiento

Los contratos de arrendamiento más significativos del Grupo corresponden a bienes inmuebles (oficinas y tiendas en todas las geografías).

Los importes reconocidos en el estado consolidado de la posición financiera a 30 de junio de 2025 y 31 diciembre de 2024 son los siguientes:

(Miles de euros)	2025	2024
Derechos de uso (Nota 8)	338.778	365.076
Total	338.778	365.076
Pasivo por arrendamiento		
Pasivo no corriente	300.088	323.182
Pasivo corriente	70.344	74.501
Total	370.432	397.683

Los importes reconocidos en la cuenta de resultados intermedia consolidada son los siguientes:

Total	2025	2024
Amortización de derecho de uso	40.253	35.247
Gasto financiero	5.180	3.486
Total	45.433	38.734



18. Provisiones, contingencias y otros pasivos

El desglose y movimiento del período de provisiones y otras obligaciones, excepto por las obligaciones de arrendamiento a largo plazo y los derivados a largo plazo que ascienden a 300.088 miles de euros y a 5.844 miles de euros (323.182 miles de euros y 7.829 miles de euros en el ejercicio fiscal 2024) (Nota 17), es el siguiente:

(Miles de euros)	Pasivos por combinaciones de negocios	Planes de retribución a largo plazo	Compromisos de acciones propias	Planes de pensiones	Otros	Total
A 31 de diciembre de 2024	1.072.938	53.598	–	9.788	45.812	1.182.136
Cuenta de resultados	(27.664)	3.459	–	–	2.461	(21.744)
Patrimonio neto	(111.461)	–	–	–	–	(111.461)
Pagos y compensaciones	–	(266)	–	–	(10.479)	(10.745)
Diferencias de conversión	(26.943)	(1.291)	–	–	(1.379)	(29.613)
Combinaciones de negocios	–	–	–	–	–	–
Reclasificaciones y otros	–	205	–	125	1.331	1.661
A 30 de junio de 2025	906.870	55.705	–	9.913	37.746	1.010.234

(Miles de euros)	Pasivos por combinaciones de negocios	Planes de retribución a largo plazo	Compromisos de acciones propias	Planes de pensiones	Otros	Total
A 31 de diciembre de 2023	2.177.665	54.023	238.868	8.328	25.161	2.504.045
Cuenta de resultados	(14.265)	9.514	–	490	69	(4.192)
Patrimonio neto	56.954	–	–	–	–	56.954
Pagos y compensaciones	(1.038.404)	–	(238.868)	(130)	(7.092)	(1.284.494)
Diferencias de conversión	41.156	958	–	–	70	42.184
Combinaciones de negocios	160.632	–	–	–	166	160.798
Reclasificaciones y otros	–	(6.498)	–	–	–	(6.498)
A 30 de junio de 2024	1.383.738	57.997	–	8.688	18.374	1.468.797



Pasivos por combinaciones de negocios

Cuando Puig adquiere una empresa, a menudo prefiere que los accionistas anteriores permanezcan en la compañía con una participación minoritaria. De esta modo, el vendedor/ fundador sigue involucrado y comprometido con el éxito continuo de la marca.

En el momento de la adquisición, la Compañía puede suscribir acuerdos de opciones de compra y venta que otorgan el derecho u obligación de comprar la participación minoritaria del vendedor/fundador en ciertas fechas especificadas y a precios calculados en base a un múltiplo ajustado inicialmente acordado vinculado al rendimiento del negocio relacionado. Este es el caso de la adquisición de Dr. Barbara Sturm el año pasado, así como de adquisiciones realizadas en años anteriores, como Byredo, Loto del Sur, Kama Ayurveda, Charlotte Tilbury y Dries Van Noten.

Estas opciones se han registrado como pasivos de acuerdo con la IFRS 10, y se han valorado a su valor razonable al cierre de cada ejercicio, registrándose los cambios en el valor razonable contra el patrimonio neto.

A 30 de junio de 2025, las opciones de compra y venta incluidas en el balance se corresponden con las de Charlotte Tilbury (adquirida en 2020), Kama Ayurveda (adquirida en 2022), Loto del Sur (adquirida en 2022) y Dr. Barbara Sturm (adquirida en 2024).

Las opciones se valoran en función de los múltiplos de mercado y otros múltiplos ajustados vinculados a los indicadores financieros clave del negocio correspondiente. Estas opciones se revisan en función de los resultados previstos como mínimo a final de cada ejercicio en comparación con el plan inicial, hasta el vencimiento de las opciones de compra y venta, garantizando un precio mínimo.

Durante el primer semestre de 2025, la disminución de los pasivos por combinaciones de negocios se debe principalmente a los cambios en el múltiplo de mercado al que están vinculadas las opciones de compra-venta, así como a las diferencias de conversión y a las proyecciones del negocio.



Además de las opciones, este epígrafe incluye pasivos por pagos contingentes (earn-outs) derivados de ciertas combinaciones de negocios. Al 30 junio 2025, el saldo correspondiente a estos pasivos ascendía a 75 millones de euros (2024: 107 millones de euros). La disminución de estos earn-outs se debe principalmente al cambio en las proyecciones de la dirección respecto al desempeño esperado del negocio al que están vinculados estos pasivos, así como al efecto del factor de descuento y del tipo de cambio.

Beneficios para empleados y otros

El 28 de mayo de 2025, la Junta General de Accionistas aprobó el Plan de Incentivos a Largo Plazo 2025-2029. El Plan está dirigido a los consejeros ejecutivos y al personal directivo clave, con el objetivo de alinear sus intereses con los de los accionistas, apoyar los objetivos estratégicos y sostenibles a largo plazo, y atraer y retener a los mejores talentos.

El Plan consiste en la entrega gratuita a los beneficiarios de un determinado número de acciones de clase B de Puig Brands, S.A. El Plan se estructura en tres ciclos superpuestos de tres años (2025-2027, 2026-2028 y 2027-2029) y está vinculado al cumplimiento de determinados indicadores de rendimiento financieros y no financieros.

El valor contable del pasivo relacionado con el plan 2025-2029 a 30 de junio de 2025 asciende a 8 millones de euros.

Además, a algunos empleados se les conceden planes denominados «derechos de apreciación de acciones» (SAR). Los SAR se consolidan en función de los servicios prestados y de condiciones de rendimiento específicas.

A 30 de junio de 2025, los planes de SARs restantes se refieren exclusivamente al Plan 2021 y al Plan 2024-2028. Ambos planes tienen características similares, con condiciones de otorgamiento basadas en el tiempo y el rendimiento empresarial. El valor de ambos planes se basa en la apreciación de las acciones de una filial de Puig, siendo la diferencia entre el valor de las acciones otorgadas al inicio del plan y el valor de las acciones esperado al final del período de otorgamiento por encima de un cierto umbral. La valoración de las acciones otorgadas se calcula en base a una fórmula vinculada al rendimiento empresarial (medición del valor razonable de nivel 3).

El importe en libros del pasivo relacionado con los SARs a 30 de junio de 2025 asciende a 28 millones de euros (31 diciembre de 2024: 36 millones de euros).



Además, otros beneficios para empleados incluyen incentivos en efectivo a largo plazo cuando se cumplen ciertas condiciones de rendimiento empresarial. A 30 de junio de 2025, el pasivo asciende a 8 millones de euros (31 diciembre de 2024: 6 millones de euros).

Esta partida también incluye otros beneficios para empleados que ascienden a 12 millones de euros a 30 de junio de 2025 (31 diciembre de 2024: 11 miles de euros).

19. Compromisos

A fecha de 30 de junio de 2025, Puig ha otorgado avales bancarios por un importe de 29 millones de euros para respaldar sus operaciones comerciales habituales.

Estos avales bancarios representan compromisos frente a terceros.

Puig no presenta contingencias legales ni fiscales significativas, y no tiene conocimiento de compromisos fuera de balance materiales, más allá de los mencionados anteriormente.



20. Otros pasivos a corto plazo

El detalle de otras cuentas por pagar a corto plazo a 30 de junio de 2025 y al 31 diciembre de 2024 es el siguiente:

(Miles de euros)	2025	2024
Pasivos corrientes por liquidación de impuestos	92.578	102.510
Remuneraciones pendientes de pago	84.289	110.784
Provisiones operativas	178.657	227.264
Acreedores por servicios diversos	264.798	429.080
Otros pasivos financieros a valor razonable	3.076	16.722
Otros pasivos	2.069	21.973
Otros Pasivos por combinaciones de negocio	—	14.611
Otros pasivos con empresas vinculadas y asociadas (Nota 21)	39.149	1.575
Pasivo por arrendamiento (Nota 17)	70.344	74.501
Total	734.960	999.020

En 2024, los pasivos por combinaciones de negocios, por un importe de 14.611 miles de euros, estaban relacionados con la opción de compra sobre Kama Ayurveda. En abril de 2025, Puig ejerció la opción, adquiriendo un 12,47 % adicional de participación en la compañía, lo que elevó su participación total al 97,47 % de la marca india. No se produjeron cambios significativos en el valor del pasivo registrado al cierre de diciembre de 2024 en comparación con el pago final realizado en 2025.



21. Otras informaciones

Partes relacionadas

Los principales saldos y transacciones con las partes relacionadas de Puig a 30 de junio de 2025 y 2024 se resumen de la siguiente manera:

	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	2024	—	206	—	—	42.532	29.520
	2025	—	40	—	—	33.086	38.213
Empresas asociadas	2024	23.389	883	—	—	15.659	581
	2025	18.565	291	262	—	12.543	757
Otras partes relacionadas	2024	2	6.184	860	—	40.564	1.081
	2025	2	6.549	3	—	28.080	793

Las transacciones con entidades con influencia significativa sobre Puig por el período de 6 meses que termina el 30 de junio de 2025, corresponden principalmente a las relacionadas con Exea Inversión Empresarial, S.L. como cabeza del grupo fiscal español.

Las transacciones con empresas asociadas corresponden principalmente a los servicios de fabricación que Puig proporciona a Isdin, S.A., los 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 asociadas y en empresas conjuntas.

Las transacciones con otras partes relacionadas corresponden principalmente a pagos a Inmo, S.L. y sus subsidiarias en relación con el arrendamiento de nuestra sede en Barcelona y el arrendamiento de nuestras tiendas Carolina Herrera y Rabanne en Nueva York y París, respectivamente. Las inversiones financieras con otras partes relacionadas corresponden a préstamos emitidos a empleados para la compra de acciones de Puig Brands.

Los saldos y transacciones con accionistas minoritarios (Notas 13 y 18) y la alta dirección no se consideran en la tabla anterior.



Información sobre los Directores y la Alta Dirección de la Sociedad Matriz

Las remuneraciones de la Alta Dirección para el primer semestre de 2025 ascendieron 5,912 miles de euros, respectivamente (primer semestre de 2024: 23.086 miles de euros), por salarios fijos y variables, planes de incentivos a largo plazo, retribuciones en especie, compromisos de pensiones y pagos de primas de seguros de vida.

El Presidente y Consejero Delegado es también miembro de la Alta Dirección del Grupo y, en consecuencia, su remuneración se ha devengado en función de sus servicios ejecutivos y se ha incluido en el apartado de remuneración del Consejo de Administración.

La remuneración acumulada por el Consejo de Administración por los servicios prestados como miembros del Consejo de Puig Brands y los servicios ejecutivos del Presidente y Consejero Delegado de Puig Brands, S.A. ascendió a 1.918 miles de euros en el período de seis meses que termina el 30 de junio de 2025 (primer semestre de 2024: 18.856 miles de euros).

Puig también ha otorgado planes de incentivos a largo plazo a su Alta Dirección (que incluye a un miembro del Consejo de Administración con servicio ejecutivo) por un importe de 1.033 miles de euros (primer semestre de 2024: 21.538 mil euros). Esta remuneración se ha incluido en las remuneraciones totales (Alta Dirección y Consejo de Administración) indicadas anteriormente y se revelan en el período en que los planes están completamente otorgados (que es diferente del período de acumulación del gasto relacionado).

A 30 de junio de 2025, los miembros del Consejo de Administración, incluidos los directivos, poseen un total de 4.408.077 acciones de Puig Brands, S.A.

A fecha de 30 de junio de 2025, se habían concedido préstamos a la Alta Dirección por un importe de 62.485 miles de euros (30 de junio de 2024: 59.209 miles de euros). Los intereses acumulados relacionados con los préstamos concedidos a la Alta Dirección ascendieron a 914 miles de euros (primer semestre de 2024: 845 miles de euros). Los préstamos devengan intereses a una tasa entre el 1.5% y el 3.25%.



Plantilla media

A 30 de junio de 2025 y 2024, la plantilla media es la que sigue:

Plantilla media	2025	2024
Mujeres	8.397	7.917
Hombres	2.982	2.741
No definido	33	27
Total	11.412	10.685

Cambios en el capital corriente

El desglose de los cambios en el capital corriente (neto de cambios en el perímetro y elementos no monetarios) se presenta de la siguiente manera:

(Miles de euros)	2025	2024
Existencias	(74.728)	(66.447)
Clientes y deudores	(140.596)	(172.854)
Otros activos corrientes	25.397	(57.899)
Proveedores y acreedores	59.704	46.664
Otros pasivos corrientes	(220.801)	(136.039)
Cambios en el capital corriente	(351.024)	(386.575)

22. Hechos posteriores

No han ocurrido eventos significativos posteriores a la fecha de preparación de los estados financieros intermedios condensados consolidados.



Anexo 1- Puig Brands y sociedades dependientes

Las compañías incluidas en el perímetro de consolidación a 30 de junio de 2025 y 31 diciembre de 2024, son las siguientes:

Método de integración global

Denominación social	Dirección	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2025	2024
Antonio Puig, S.A.U.	Plaza Europa 46-48, Hospitalet de Llobregat, Barcelona, España	EUR	Holding, producción y comercial	100	100
Apivita Cosmetics - Diet - Pharmaceuticals Commercial and Industrial Société Anonyme (Apivita, S.A.)	Parque Industrial Markopoulo Mesogaïas, Attica, 19003, Grecia	EUR	Producción y comercial	100	100
Apivita Ventures, S.L.U.	Plaza Europa 46-48, Hospitalet de Llobregat, Barcelona, España	EUR	Holding	100	100
Aubelia S.A.S.	40-52, boulevard du Parc 92200 Neuilly-sur-Seine, Francia	EUR	Holding	100	100
Barbara Sturm France SAS	65-67 Av. des Champs Elysées 75008 París, Francia	EUR	Comercial	65	65
Barbara Sturm Hong Kong Limited	21/F Edinburgh Tower, The Landmark, 15 Queen's RD Central, Hong Kong	HKD	Comercial	65	65
Barbara Sturm Limited	6 Dryden Street, Londres, Inglaterra, WC2E 9NH	GBP	Comercial	65	65
Barbara Sturm Molecular Cosmetics GmbH	Königsallee 24, 40212, Düsseldorf, Alemania	EUR	Holding y comercial	65	65
Byredo (Hong Kong) Limited	20/F, West Exchange Tower, 322 Des Vœux Road Central, Sheung Wan, Hong Kong	CNY	Comercial	100	100
Byredo (Hong Kong) Limited – Macau Branch	Avenida de Praia Grande No. 409, China Law Building, 16/FI. – B47 em, Macao	MOP	Comercial	100	100
Byredo (Shanghai) Limited	Room 6, 30th Floor (with physical floor at 26th floor), No.1717, West Nanjing Road, Jing'an District, Shanghai, China	CNY	Comercial	100	100



Denominación social	Dirección	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2025	2024
Byredo AB (Sweden)	Box 3065, SE-103 61, Estocolmo, Suecia	SEK	Holding y comercial	100	100
Byredo GmbH	Sophienstraße 16, 10178 Berlín, Alemania	EUR	Comercial	100	100
Byredo Japan KK	6-12-18 Jingumae, Shibuya-Ku, Toquio, 150-0001, Japón	JPY	Comercial	100	100
Byredo Retail USA, LLC	630 5th Ave, 32nd Floor, Nueva York, NY 10111, Estados Unidos	USD	Comercial	100	100
Byredo UK Ltd.	6 Dryden Street, Londres, Inglaterra, WC2E 9NH	GBP	Comercial	100	100
Byredo USA Inc.	630 5th Ave, 32nd Floor, Nueva York, NY 10111, US+D8+D21	USD	Comercial	100	100
Carolina Herrera Ltd.	501 7th Ave, Nueva York, Estados Unidos	USD	Comercial	100	100
Charlotte Tilbury Beauty (Macau) Limited	Avenida da Praia Grande, no. 409 China Law Building, 21st/F., Macau	MOP	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty (Shanghai) Limited	15/F, No. 68, Yuyuan Road, Jing'an District, Shanghai, China	CNY	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Asia Pacific Limited	10th Floor, Lee Garden Five, 18 Hysan Avenue, Causeway Bay, Hong Kong	HKD	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Austria GmbH	Rotenturmstraße, 5-9, Top/512-513, 1010 Viena (Austria)	EUR	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Canada Inc	C/O Gowling WLG, 160 Elgin Street Suite 2600 Ottawa, Ontario, K1P 1C3, Canadá	CAD	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty France SAS	9 Rue du Quatre Septembre, 75002 París, Francia	EUR	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Germany GmbH	c/o Fieldfisher Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB, Amerigo-Vespucci-Platz 1, 20457 Hamburgo (Alemania)	EUR	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Hong Kong Limited	10th Floor, Lee Garden Five, 18 Hysan Avenue, Causeway Bay, Hong Kong	KHD	Comercial	79	79



Denominación social	Dirección	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2025	2024
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, Estados Unidos	USD	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Ireland Limited	6th Floor 2 Grand Canal Square, Dublin 2 D02 A342 Irlanda	EUR	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Korea Limited	(Supyo-dong) 10F, 100 Cheonggyecheon-ro, Jung-gu, Seoul (Korea del sur)	KRW	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Kozmetik Limited Sirketi	Dikilitaş Mah. Hakkı Yeten Cad. No: 10N İç Kapı No: 8 Beşiktaş/İstanbul (Turquía)	TRY	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Limited	8 Surrey Street, Londres, WC2R 2ND, Reino Unido	GBP	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Limited – Filiale a Italia	Piazza San Fedele 2, Milán, CAP 20121 (Italia)	EUR	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Limited España	Calle Maldonado, 4 28006 Madrid (España)	EUR	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Netherlands BV	Regus, Amsterdam Sloterdijk, Kingsfordweg 151, Amsterdam, 1043 GR, Países Bajos	GBP	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Poland spzoo	61-730 Poznan, Mlynska, 16 Piertro 8, Polonia	PLN	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Propco US LLC	C/O Corporation Service Company, 251 Little Falls Drive, Wilmington DE 19808, Estados Unidos	USD	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Switzerland AG	c/o Format A AG, Wiesenstrasse 9 8008 Zurich (Suiza)	CHF	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Limited	280 Bishopsgate, London EC2M 4AG, Londres, Inglaterra, Reino Unido	GBP	Holding	79	79
Charlotte Tilbury TM Limited	280 Bishopsgate, Londres, Reino Unido, EC2M 4RB	GBP	Comercial	79	79
Charlotte Tilbury Beauty Mexico S.A. de CV	Avenida Patriotismo 229 Pisos 7 y 8, Colonia San Pedro de los Pinos, Ciudad de México, 03800, México	MXN	Comercial	100	100



Denominación social	Dirección	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2025	2024
Cosmetika S.A.S.	Cra 7 # 180 - 75 Módulo 4 -14, Bogotá, Colombia	COP	Comercial	67	67
Creano NV	Godefriduskaai, 36, 2000 Amberes, Bélgica	EUR	Holding	100	100
Distribuidora Puig Chile Limitada	Avenida del Valle, 869, Piso 6, 580000, Comuna de Huechuraba, Chile	CLP	Comercial	100	100
DNV S.A.R.L.	3 Rue du Plâtre, 75004 París, Francia	EUR	Comercial	100	100
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	100
Dries Van Noten Group NV	Godefriduskaai, 36, 2000 Amberes, Bélgica	EUR	Holding	100	100
DVN USA CORP	90, State Street, Suite 700, Office 40, 12207, Albany, Nueva York, Estados Unidos	USD	Comercial	100	100
Etablissement Thermale d'Uriage S.A.S.	40-52, boulevard du Parc 92200 Neuilly-sur-Seine / Establishment: 60 Place Déesse Hygie 38410 Saint-Martin-d'Uriage, Francia	EUR	Comercial	100	100
Het Modepaleis NV	Godefriduskaai, 36, 2000 Amberes, Bélgica	EUR	Comercial	100	100
Hôtel Restaurant les terrasses d'Uriage S.A.S.	Registered: 40-52, boulevard du Parc 92200 Neuilly-sur-Seine / Establishment: 60 Place Déesse Hygie 38410 Saint-Martin-d'Uriage, Francia	EUR	Comercial	100	100
Islestarr Holdings Limited	8 Surrey Street, Londres, WC2R 2ND, Reino Unido	GBP	Holding y comercial	79	79
Jean Paul Gaultier, S.A.S.	325 Rue Saint Martin, 75003 París, Francia	EUR	Comercial	100	100
Kama Ayurveda Private Ltd	K3, Jungpura Extension, Nueva Delhi - 110014,	INR	Holding y comercial	97	85
L'Artisan Parfumeur S.A.R.L.	1 Rue Charles Tellier zone industrielle de Beaulieu 28000 Chartres, Francia	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Deutschland GmbH	Änderung zur Geschäftsanschrift Zirkusweg 2, 20359 Hamburgo (Alemania)	EUR	Comercial	100	100



Denominación social	Dirección	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2025	2024
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Espagne S.L.U.	Calle Cardenal Marcelo Spinola 4, 1º, 28016, Madrid, España	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage France S.A.S.	40-52, boulevard du Parc 92200 Neuilly-sur-Seine, Francia	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Italie S.R.L.	Via Maurizio Gonzaga n° 7 CAP 20123 Milán (Italia)	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Portugal S.A.	Alameda dos Oceanos, Edifício Espace, Lote 1.06.1.4, Piso 3, Bloco A 1990-207 Lisboa, Portugal	EUR	Comercial	100	100
Laboratoires Dermatologiques D'Uriage Russie LLC	4, Yakimanskaya Naberezhnava, Building 1, 119180 Moscú, Rusia	RUB	Comercial	100	100
LDU Belux S.R.L.	Boulevard International 55 boîte D – 1070 Anderlecht, Bélgica	EUR	Comercial	100	100
Lendemain Distribution Inc.	630 5th Ave, 32nd Floor, Nueva York, NY 10111, Estados Unidos	USD	Comercial	100	100
Nina Ricci S.A.R.L.	39 Ave. Montaigne, 75008, París, Francia	EUR	Comercial	100	100
Paco Rabanne, S.A.S.	17 Rue François 1er, 75008 París, Francia	EUR	Comercial	100	100
Penhaligon's Inc.	630 5th Ave, 32nd Floor, Nueva York, NY 10111, Estados Unidos	USD	Comercial	100	100
Penhaligon's Ltd.	6 Dryden Street, London, England, WC2E 9NH	GBP	Comercial	100	100
Puig (Taiwan) Ltd. (Penhaligon's Taiwan Ltd.)	18F., No. 97, Songren Rd., Xinyi Dist, Taipei City, Taiwan (Provincia de China)	TWD	Comercial	100	100
Penhaligon's (Singapore) Pte. Ltd.	18 Cross Street, #14-01, Cross Street Exchange, Singapur, 048423	SGD	Comercial	100	100
Perfumes e Cosméticos Puig Portugal Distribuidora S.A.	Rua Castilho 71, 4º direito, 1250-068, Lisboa, Portugal	EUR	Comercial	100	100
Prado Investments Limited	280 Bishopsgate, London EC2M 4AG, Londres, Inglaterra, Reino Unido	GBP	Holding	100	100



Denominación social	Dirección	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2025	2024
Puig Hong Kong Ltd (Penhaligon's Pacific Ltd.)	20/F., West Exchange Tower, 322 Des Voeux Road Central, Sheung Wan, Hong Kong	CNY	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 3824, Sari Street, Al Zahra'a District, 23424 Jeddah, Reino de Arabia Saudí	USD	Comercial	65	65
Puig Argentina S.A.	Calle Suipacha 1.111, 18º, C1008AAW, Buenos Aires, Argentina	ARS	Comercial	100	100
Puig Asia Pacific Pte Ltd. (*)	12 Tai Seng Street, Luxasia Building, Level 6, Singapur 534118	SGD	Comercial	100	100
Puig Belux, S.A.	Boulevard International 55D, 1070 Bruselas, Bélgica	EUR	Comercial	100	100
Puig Brands, S.A.	Plaza Europa 46-48, Hospitalet de Llobregat, Barcelona, España	EUR	Empresa Matriz	100	100
Puig Brasil Comercializadora de Perfumes, Ltda.	Avenida das Americas nº 3301, Bloque 03, Salas 202 E301 Barra da Tijuca, Río de Janeiro, Brasil	BRL	Comercial	100	100
Puig Canada Inc.	2360 Bristol Circle, Suite 300, Oakville, Ontario L6H 6M5, Canadá	CAD	Comercial	100	100
Puig Colombia S.A.S.	Cra. 10 NO. 97ª -13 Oficina 705, Torre A 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, Hamburgo, Alemania	EUR	Comercial	100	100
Puig Emirates LLC (*)	Dubai Design District FZ LLC, D3, Building 07, 2nd Floor, Dubai, EAU	USD	Comercial	65	65



Denominación social	Dirección	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2025	2024
Puig France S.A.S.	65-67 Av. des Champs Elysées 75008 París, Francia	EUR	Producción y comercial	100	100
Puig India Private Limited	3 Jangpura Extension, Commercial Complex, Nueva Delhi, 110014, India	INR	Comercial	100	100
Puig International, S.A. (formerly Lesim)	Business Park Terre-Bonne, Bâtiment A4, Route de Crassier 17, 1262 Eysins, Suiza	EUR	Holding y comercial	100	100
Puig Italia, S.r.l.	Via San Prospero 1, 20123 Milán, Italia	EUR	Comercial	100	100
Puig Japan, K.K.	6-12-18 Jingumae, Shibuya-Ku, Toquio, 150-0001, Japón	JPY	Comercial	100	100
Puig Korea LLC	Unit 803, 191, Itaewon-ro, Yongsan-gu, Seoul, Korea	KRW	Comercial	100	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, Malasia	MYR	Comercial	51	51
Puig Mexico, S.A. de C.V.	Jaime Balmes 11, Torre C, Piso 3, Plaza Polanco, Los Morales, Delegación Miguel Hidalgo, 11510, México Distrito Federal, México	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), EAU	USD	Comercial	65	65
Puig Nederland B.V.	Regus – Hoofddorp, Azura, Saturnusstraat 46-62, 2132 HB Hoofddorp, Países Bajos	EUR	Comercial	100	100
Puig North America, Inc.	630 5th Ave, 32nd Floor, New York, NY 10111, Estados Unidos	USD	Comercial	100	100
Puig Oceania Pty. Ltd.	Suite 502, Level 5, 388 George Street, Sydney NSW 2000, Australia	AUD	Comercial	100	100



Denominación social	Dirección	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2025	2024
Puig Österreich, GmbH	Leopold Ungar Platz 2, Stiege 2/ 1. Stock, 1190, Viena, Austria	EUR	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, Perú	PEN	Comercial	100	100
Puig Retail US, LLC	630 5th Ave, 32nd Floor, Nueva York, NY 10111, Estados Unidos	USD	Comercial	100	100
Puig Rus, LLC.	Russian Federation, 119180, Moscow Yakimanskaya naberezhnaya, 4, bld.1, Rusia	RUB	Comercial	100	100
Puig SEA Pte. Ltd. (*)	12 Tai Seng Street, #05-01 Luxasia Building Singapore 534118, Singapur	SDG	Comercial	51	51
Puig Suisse, S.A.	Business Park Terre-Bonne, Bâtiment A4, Route de Crassier 17, 1262 Eysins, Suiza	CHF	Comercial	100	100
Puig UK Ltd.	6 Dryden Street, Londres, Inglaterra, WC2E 9NH	GBP	Comercial	100	100
Puig USA Inc.	630 5th Ave, 32nd Floor, Nueva York, NY 10111, Estados Unidos	USD	Comercial	100	100
Scent Experience, S.L.U.	Plaza Europa 46-48, Hospitalet de Llobregat, Barcelona, España	EUR	Comercial	100	100
Sodifer S.A.R.L.	3 Rue du Plâtre, 75004 París, Francia	EUR	Comercial	100	100
Van Noten Andries NV	Godefriduskaai, 36, 2000 Amberes, Bélgica	EUR	Holding y comercial	100	100

(*) Subsidiarias con intereses minoritarios reconocidos en el balance consolidado.



Método de puesta en equivalencia

Denominación social	Dirección	Moneda funcional	Actividad	% Participación	
				2025	2024
Beijing Yitian Shidai Trading Co, LLC	B111 Unit, 10-2 edificios primera planta, N.94 Dongsitiao, Beijing, China	CNY	Comercial	15	15
Isdin, S.A.	Provençals 33, 08019 Barcelona, España	EUR	Producción y Comercial	50	50
Ponteland Distribuição, S.A.	Calle Barao de Tefé, 34, 14º andar, Saúde, Río de Janeiro, Brasil	BRL	Producción y Comercial	35	35
Sociedad Textil Lonia, S.A.	Parque Empresarial Pereiro de Aguiar, Ourense, España	EUR	Producción y Comercial	25	25

Ni en el ejercicio 2025 ni en 2024 existen sociedades no consolidadas.



Anexo 2- Sociedades bajo el régimen de consolidado fiscal

Las empresas incluidas en el régimen de consolidación fiscal a 30 de junio de 2025 son las siguientes:

Sociedad dominante del consolidado fiscal	Sociedad	País
Exea Inversión Empresarial, S.L.	Puig Brands, S.A.	España
	Antonio Puig, S.A.U.	España
	Scent Experience, 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
	Etablissement Thermales d'Uriage S.A.S.	Francia
Puig UK Ltd.	Puig UK Ltd.	Reino Unido
	Prado Investments Limited	Reino Unido
	Penhaligon's Ltd.	Reino Unido
	Byredo UK Ltd.	Reino Unido
	Charlotte Tilbury Limited	Reino Unido
	Islestarr Holdings Limited	Reino Unido
	Charlotte Tilbury TM Limited	Reino Unido
	Charlotte Tilbury Beauty Limited	Reino Unido
Puig North America, Inc.	Puig North America, Inc.	EE.UU
	Puig USA Inc.	EE.UU
	Carolina Herrera Ltd.	EE.UU
	Penhaligon's Inc.	EE.UU
	Lendemain Distribution Inc.	EE.UU



Anexo 3- Medidas alternativas de rendimiento

Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante

La evolución de los ingresos netos comparables refleja el crecimiento orgánico de Puig ajustando los ingresos netos por el impacto de:

- Aumentos en el alcance/perímetro, deduciendo de los ingresos netos del año en curso la cantidad de ingresos generados durante los meses en los que las entidades/marcas adquiridas no estaban consolidadas en el año anterior. Para evitar dudas, los ingresos generados por entidades/marcas adquiridas en el año en curso se incluyen para los meses en los que las entidades/marcas adquiridas también estaban consolidadas en el año anterior.
- Fluctuaciones de los tipos de cambio, calculadas como la diferencia entre las ventas actuales a FX actual y las ventas actuales a FX del año anterior. Esto normaliza el impacto de la apreciación/depreciación de la moneda en comparación con el euro para reflejar el rendimiento subyacente real de la empresa.

El crecimiento comparable se utiliza para proporcionar una medida más homogénea de los Ingresos Netos y para ofrecer una mejor comprensión del rendimiento del negocio.

(Miles de euros)	2024	2025	Crecimiento
Ingresos netos	2.171.222	2.299.324	5,9 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/perímetro		—	— %
Ingresos netos relacionados con el tipo de cambio		36.435	1,7 %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante	2.171.222	2.335.759	7,6 %

(Miles de euros)	2023	2024	Crecimiento
Ingresos netos	1.981.227	2.171.222	9,6 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/perímetro (*)		(27.834)	(1,4) %
Ingresos netos relacionados con el tipo de cambio		6.372	0,3 %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante	1.981.227	2.149.760	8,5 %

(*) El aumento de alcance en 2024 corresponde a la deducción de los Ingresos Netos generados por Dr. Barbara Sturm



Utilizamos el crecimiento de perímetro constante para proporcionar una medida más homogénea de nuestros ingresos netos por segmento de negocio y geografía. Las siguientes tablas proporcionan la reconciliación con la medida correspondiente:

Por segmento de negocio

Fragancia y moda

(Miles de euros)	2024	2025	Crecimiento
Ingresos netos fragancias y moda	1.581.845	1.684.673	6,5 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro		—	— %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	1.581.845	1.684.673	6,5 %
Ingresos netos relacionados con el tipo de cambio		33.075	2,1 %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante	1.581.845	1.717.748	8,6 %

(Miles de euros)	2023	2024	Crecimiento
Ingresos netos fragancias y moda	1.437.239	1.581.845	10,1 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro		—	— %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	1.437.239	1.581.845	10,1 %

Maquillaje

(Miles de euros)	2024	2025	Crecimiento
Ingresos netos maquillaje	334.411	339.128	1,4 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro		—	— %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	334.411	339.128	1,4 %
Ingresos netos relacionados con el tipo de cambio		1.899	0,6 %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante	334.411	341.027	2,0 %

(Miles de euros)	2023	2024	Crecimiento
Ingresos netos maquillaje	340.502	334.411	(1,8) %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro		—	— %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	340.502	334.411	(1,8) %



Cuidado de la piel

(Miles de euros)	2024	2025	Crecimiento
Ingresos netos cuidado de la piel	254.966	275.523	8,1 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro			— %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	254.966	275.523	8,1 %
Ingresos netos relacionados con el tipo de cambio		1.461	0,6 %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante	254.966	276.984	8,6 %

(Miles de euros)	2023	2024	Crecimiento
Ingresos netos cuidado de la piel	203.485	254.966	25,3 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro (*)		(27.834)	(13,7) %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	204.491	228.201	11,6 %

(*) El aumento de alcance en 2024 corresponde a la deducción de los Ingresos Netos generados por Dr. Barbara Sturm.

Por segmento geográfico

EMEA

(Miles de euros)	2024	2025	Crecimiento
Ingresos netos EMEA	1.153.542	1.198.724	3,9 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro		—	— %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	1.153.542	1.198.724	3,9 %
Ingresos netos relacionados con el tipo de cambio		(3.233)	(0,3) %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante	1.153.542	1.195.491	3,6 %

(Miles de euros)	2023	2024	Crecimiento
Ingresos netos EMEA	1.029.383	1.153.542	12,1 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro (*)		(16.204)	(1,6) %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	1.029.383	1.137.338	10,5 %

(*) El aumento de alcance en 2024 corresponde a la deducción de los Ingresos Netos generados por Dr. Barbara Sturm.



Américas

(Miles de euros)	2024	2025	Crecimiento
Ingresos netos Américas	813.991	866.958	6,5 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro		—	— %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	813.991	866.958	6,5 %
Ingresos netos relacionados con el tipo de cambio		36.002	4,4 %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante	813.991	902.960	10,9 %

(Miles de euros)	2023	2024	Crecimiento
Ingresos netos Américas	749.662	813.991	8,6 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro (*)		(11.630)	(1,6) %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	749.662	802.361	7,0 %

(*) El aumento de alcance en 2024 corresponde a la deducción de los Ingresos Netos generados por Dr. Barbara Sturm.

Asia-Pacífico

(Miles de euros)	2024	2025	Crecimiento
Ingresos netos Asia-Pacífico	203.689	233.639	14,7 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro		—	— %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	203.689	233.639	14,7 %
Ingresos netos relacionados con el tipo de cambio		3.665	1,8 %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante	203.689	237.304	16,5 %

(Miles de euros)	2023	2024	Crecimiento
Ingresos netos Asia-Pacífico	202.182	203.689	0,7 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/ perímetro		—	— %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro constante	202.182	203.689	0,7 %



Margen bruto

El margen bruto se calcula dividiendo el margen bruto de explotación entre los ingresos netos. Utilizamos el margen bruto para entender la rentabilidad de nuestros productos o servicios principales, excluyendo los costes generales.

La siguiente tabla muestra el cálculo del margen bruto:

(Miles de euros)	2025	2024
Margen bruto de explotación	1.742.091	1.646.823
Ingresos netos	2.299.324	2.171.222
Margen bruto	75,8 %	75,8 %

Margen operativo

El margen operativo se calcula dividiendo el resultado operativo entre los ingresos netos. Utilizamos el margen operativo para medir la eficiencia de nuestras operaciones comerciales principales en la generación de ingresos a partir de actividades comerciales regulares.

La siguiente tabla muestra el cálculo del margen operativo:

(Miles de euros)	2025	2024
Resultado operativo	332.310	312.791
Ingresos netos	2.299.324	2.171.222
Margen operativo	14,5 %	14,4 %



EBITDA

El EBITDA (Beneficios antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización) es un indicador que mide el beneficio operativo del grupo antes de los resultados financieros, beneficios/pérdidas de asociadas y empresas conjuntas, impuestos, deterioros y depreciación y amortización. Se calcula como el resultado operacional más la depreciación, amortización y pérdidas por deterioro (solo aquellos deterioros incluidos en el beneficio operativo).

Esta medida, aunque no está específicamente definida bajo las IFRS, es frecuentemente referida y publicada por las compañías y está destinada a facilitar el análisis y la comparabilidad.

La reconciliación del EBITDA basada en el resultado operacional mostrado en los estados financieros consolidados para el período de seis meses que termina el 30 de junio de 2025 y el 30 de junio de 2024 se muestra a continuación:

(Miles de euros)	2025	2024
Resultado operacional	332.310	177.519
Depreciación y deterioro (Nota 9)	113.130	97.468
EBITDA	445.440	274.987

Margen de EBITDA

El margen de EBITDA se calcula dividiendo el EBITDA entre los ingresos netos. El margen de EBITDA mide cómo el grupo convierte los ingresos en EBITDA.

(Miles de euros)	2025	2024
EBITDA	445.440	274.987
Ingresos netos	2.299.324	2.171.222
Margen de EBITDA	19,4 %	12,7 %



EBITDA ajustado

El EBITDA ajustado es el EBITDA que se ajusta excluyendo los gastos de reestructuración, los gastos relacionados con adquisiciones de transacciones materiales, las ganancias y pérdidas de la venta de negocios o bienes inmuebles, y ciertos elementos no operativos que son materiales para los estados financieros consolidados.

El EBITDA ajustado proporciona al lector una visión del EBITDA continuo y recurrente de la empresa.

La reconciliación del EBITDA ajustado para el período de seis meses que termina el 30 de junio de 2025 y el 30 de junio de 2024 se muestra a continuación:

(Miles de euros)	2025	2024
EBITDA	445.440	274.987
Costes de transacción (Nota 5)	—	12.695
Costes de IPO (Nota 5)	—	119.737
Otros (Nota 5)	—	2.840
EBITDA ajustado	445.440	410.259

Margen de EBITDA ajustado

El margen de EBITDA ajustado se calcula dividiendo el EBITDA ajustado por los ingresos netos. El margen de EBITDA ajustado mide cómo el grupo convierte los ingresos en EBITDA.

(Miles de euros)	2025	2024
EBITDA ajustado	445.440	410.259
Ingresos netos	2.299.324	2.171.222
Margen de EBITDA ajustado	19,4 %	18,9 %



Resultado ajustado

El Resultado ajustado significa nuestro resultado según las IFRS excluyendo los elementos no recurrentes.

El resultado ajustado ofrece al lector una visión de los resultados continuos y recurrentes de la empresa.

A continuación se muestra la reconciliación entre la medida de rendimiento financiero y las cifras correspondientes a la cuenta de resultados consolidada para el semestre que termina el 30 de junio de 2025 y el 30 de junio de 2024:

(Miles de euros)	2025	2024
Resultado atribuido a la sociedad dominante	275.008	153.829
Otros ingresos y gastos de explotación (Nota 6)	—	135.272
Otros ingresos y gastos financieros	(27.664)	(14.259)
Efecto fiscal sobre partidas ajustadas	—	(33.829)
Intereses minoritarios sobre partidas ajustadas	—	(3.062)
Resultado atribuido ajustado a la sociedad dominante	247.344	237.951

Margen de resultado ajustado

El margen de resultado ajustado se calcula dividiendo el resultado ajustado por los Ingresos Netos.

(Miles de euros)	2025	2024
Resultado atribuido ajustado a la sociedad dominante	247.344	237.951
Ingresos netos	2.299.324	2.171.222
Margen de resultado ajustado	10,8 %	11,0 %



Ganancias por acción ajustadas

El Beneficio por Acción Ajustado se calcula dividiendo el resultado ajustado por el promedio de acciones en circulación (Nota 14):

(Miles de euros)	2025	2024 (reexpresado)
Resultado atribuido a la sociedad dominante	247.344	237.951
Promedio de acciones	568.187.026	568.187.026
Acciones propias	4.886.667	4.886.667
Promedio de acciones para determinar las ganancias por acción	563.300.359	563.300.359
Ganancias por acción (euro)	0,44	0,42

En 2025, se han reexpresado las ganancias por acción de junio 2024 debido a la Oferta Pública Inicial y sus efectos sobre el número promedio de acciones durante el período, de acuerdo con la NIC 33.



Deuda neta

La deuda neta es uno de los indicadores utilizados por la dirección para medir el nivel de endeudamiento del grupo.

Incluye los préstamos bancarios corrientes y no corrientes y otros préstamos recibidos que devengan intereses, la responsabilidad de arrendamiento menos el efectivo y equivalentes de efectivo, depósitos, bonos y otros valores negociables, y préstamos emitidos que devengan intereses.

La reconciliación entre la medida de rendimiento financiero y las cifras correspondientes al balance de situación consolidado del 30 de junio de 2025 y del 31 diciembre de 2024 se muestra a continuación:

(Miles de euros)	2025	2024
Deudas a largo plazo (Nota 15)	725.810	1.129.931
Deudas a corto plazo (Nota 15)	704.150	527.173
Pasivo por arrendamiento (Nota 17)	370.432	397.683
Préstamos concedidos a partes vinculadas y empleados (Nota 10)	(90.609)	(104.011)
Tesorería y equivalentes	(283.322)	(882.646)
Deuda neta	1.426.461	1.068.130

Deuda financiera neta

La deuda financiera neta es uno de los indicadores utilizados por la Dirección para medir el nivel de endeudamiento del Grupo.

Incluye los préstamos bancarios corrientes y no corrientes y otros préstamos recibidos que devengan intereses menos el efectivo y equivalentes de efectivo, depósitos, bonos y otros valores negociables, y préstamos emitidos que devengan intereses.

A continuación se muestra la reconciliación entre la medida de rendimiento financiero y las cifras correspondientes al balance de situación consolidado del 30 de junio de 2025 y del 31 diciembre de 2024:

(Miles de euros)	2025	2024
Deudas a largo plazo (Nota 15)	725.810	1.129.931
Deudas a corto plazo (Nota 15)	704.150	527.173
Préstamos concedidos a partes vinculadas y empleados (Nota 10)	(90.609)	(104.011)
Tesorería y equivalentes	(283.322)	(882.646)
Deuda financiera neta	1.056.029	670.447



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

Somos 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 Puig es el pilar de los valores de la empresa, que han sido transmitidos durante las últimas tres generaciones, así como de su visión, que ha definido los pilares de nuestra estrategia. Esta visión nos permite enfocarnos en la perspectiva a largo plazo para nuestras marcas, nuestra empresa y nuestros accionistas.

Queremos que nuestras marcas fomenten el bienestar, hagan que nuestros consumidores y seguidores se sientan más seguros y les empoderen para expresar mejor su verdadero yo. Y todo esto, con un compromiso arraigado de dejar un mundo mejor para las futuras generaciones.

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, Dr. Barbara Sturm, 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.



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 12.000 personas. También tenemos una red comercial sólida a través de distribuidores y minoristas, y más de 300 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 52%, 38% y 10 %, respectivamente, de nuestros ingresos netos en los primeros seis meses de 2025.

Vendemos nuestros productos a través de (i) canales físicos (tiendas físicas), como grandes almacenes, cadenas de perfumería selectivas, farmacias, droguerías, travel retail, spas y nuestras propias tiendas; y (ii) canales digitales, como el comercio electrónico conectado con nuestros canales físicos, minoristas online (pure players) y las propias plataformas de comercio electrónico 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 80/100; Sustainalytics: puntuación de 19,8).



2. Evolución del negocio

Contexto empresarial 2025

Durante los primeros seis meses de 2025, el mercado mundial de la belleza siguió experimentando un crecimiento moderado, al tiempo que se mantuvo expuesto a un entorno altamente volátil con una dinámica incierta:

- Persistencia del estrés geopolítico, tensiones globales y conflictos en curso en Europa del Este y Oriente Medio.
- Aumento de la incertidumbre generada por el anuncio e implementación de la política arancelaria de Estados Unidos sobre las importaciones.
- Alta volatilidad en los tipos de cambio, con una depreciación significativa del dólar estadounidense durante el segundo trimestre de 2025.
- Mayor debilidad en la confianza del consumidor, afectando a los mercados europeos.



Resultados para los semestres finalizados el 30 de junio de 2025 y 2024

(Miles de euros)	30 de junio 2025	30 de junio 2024	H1 2025 / H1 2024 % Variación
Ingresos netos	2.299.324	2.171.222	5,9 %
Coste de ventas	(557.233)	(524.399)	6,3 %
Margen bruto de explotación	1.742.091	1.646.823	5,8 %
Gastos de distribución	(108.188)	(107.081)	1,0 %
Gastos de publicidad y promoción	(758.347)	(684.936)	10,7 %
Gastos de ventas, generales y administración	(543.246)	(542.015)	0,2 %
Resultado operativo	332.310	312.791	6,2 %
Otros ingresos y gastos operacionales	—	(135.272)	(100,0) %
Resultado operacional	332.310	177.519	87,2 %
Resultado financiero	(14.226)	(19.997)	(28,9) %
Resultado de empresas asociadas y negocios conjuntos y deterioros de activos financieros	26.915	31.431	(14,4) %
Beneficio antes de impuestos	344.999	188.953	82,6 %
Impuesto sobre sociedades	(64.095)	(32.140)	99,4 %
Resultado del ejercicio	280.904	156.813	79,1 %
Resultado atribuible a accionistas minoritarios (beneficio) / pérdida	(5.896)	(2.984)	97,6 %
Resultado atribuido a la Sociedad dominante	275.008	153.829	78,8 %



Ingresos netos

En 2025, los ingresos netos hasta el 30 de junio aumentaron un 5,9 % hasta alcanzar los 2.299,3 millones de euros, frente a los 2.171,2 millones de euros en 2024, continuando la trayectoria de crecimiento positivo de años anteriores, aunque a un ritmo más moderado, en línea con las tendencias del sector global de la belleza.

El crecimiento orgánico (Like for Like) refleja nuestro crecimiento orgánico ajustando los ingresos netos por el impacto de (i) cambios en el alcance/perímetro, deduciendo de los ingresos netos del año relevante la cantidad de ingresos netos generados durante los meses en los que las entidades/marcas adquiridas no estaban consolidadas en el año anterior y (ii) fluctuaciones en los tipos de cambio, calculadas como la diferencia entre los ingresos netos del año relevante a los tipos de cambio de ese año contra el euro y los ingresos netos en ese mismo año a los tipos de cambio del año anterior contra el euro, utilizando el tipo de cambio medio anual.

(Miles de euros, excepto %)	30 de junio de 2025	30 de junio de 2024	Crecimiento
Ingresos netos	2.299.324	2.171.222	5,9 %
Ingresos netos relacionados con aumentos de alcance/perímetro	—	—	— %
Ingresos netos relacionados con el efecto del tipo de cambio	36.435	—	1,7 %
Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante	2.335.759	2.171.222	7,6 %

La fortaleza de nuestro crecimiento orgánico durante el período entre 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024 es del 7,6 % (Like for Like), manteniéndose por encima del rendimiento del mercado de belleza premium. El impacto de las fluctuaciones en los tipos de cambio representó una reducción del 1,7 % en los ingresos netos en 2025. No se produjeron cambios en el perímetro de consolidación durante el primer semestre de 2025.



Ingresos netos por segmento de negocio

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

(Miles de euros, excepto %)	30 de junio de 2025	30 de junio de 2024	H1 2025 / H1 2024 Variación %	Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante
Fragancias y moda	1.684.673	1.581.845	6,5 %	8,6 %
Maquillaje	339.128	334.411	1,4 %	2,0 %
Cuidado de la piel	275.523	254.966	8,1 %	8,6 %
Total	2.299.324	2.171.222	5,9 %	7,6 %

El principal contribuyente al crecimiento de los ingresos netos en términos absolutos en todos los segmentos de negocio fue fragancias y moda (un aumento 102.8 millones de euros o el 6,5 %, en comparación con 2024); seguido por el cuidado de la piel (un aumento de 20,6 millones de euros, o el 8.1%, en comparación con 2024). El maquillaje experimentó un crecimiento moderado en los ingresos netos de 4.7 millones de euros o el 1,4 % en comparación con 2024.

El segmento de fragancias y moda continuó mostrando una dinámica tasa de crecimiento durante el período analizado; ajustado por tipo de cambio, el crecimiento orgánico (Like for Like) fue de 8,6 %. Las marcas de prestigio generaron una contribución positiva al segmento, complementadas por las marcas nicho, que crecieron a doble dígito lideradas por Byredo.

En el cuidado de la piel, el segmento mostró un sólido desempeño liderado por las marcas dermocosméticas, con Uriage creciendo a doble dígito, apoyado por la contribución positiva de Charlotte Tilbury. En términos orgánicos (Like for Like), el segmento creció un 8,6 %.

El segmento de maquillaje experimentó un crecimiento más moderado que el resto de los segmentos de negocio de Puig. Tras un primer trimestre débil, el maquillaje —impulsado por Charlotte Tilbury— registró una fuerte recuperación en el segundo trimestre. Esta recuperación se vio impulsada por una combinación de lanzamientos estratégicos y una mayor expansión geográfica y de canales de Charlotte Tilbury. En términos orgánicos (Like for Like), el segmento creció un 2%.



Ingresos netos por segmento de negocio: evolución trimestral (incluyendo asignación de eliminaciones)

2025

(Miles de euros)	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre
Fragancias y moda	896.391	788.278	—	—
Maquillaje	165.281	173.848	—	—
Cuidado de la piel	144.182	131.341	—	—
	1.205.853	1.093.467	—	—

2024

(Miles de euros)	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre
Fragancias y moda	812.150	769.695	932.032	999.375
Maquillaje	172.561	161.850	200.607	227.986
Cuidado de la piel	133.717	121.249	124.317	134.239
	1.118.428	1.052.794	1.256.957	1.361.600



Ingresos netos por segmento geográfico

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

(Miles de euros, excepto %)	30 de junio de 2025	30 de junio de 2024	H1 2025 / H1 2024 Variación %	Crecimiento de los ingresos netos a perímetro y tipo de cambio constante
EMEA	1.198.727	1.153.542	3,9 %	3,6 %
Américas	866.958	813.991	6,5 %	10,9 %
Asia-Pacífico	233.639	203.689	14,7 %	16,5 %
Total	2.299.324	2.171.222	5,9 %	7,6 %

En 2025, los ingresos netos crecieron en todos nuestros segmentos geográficos con una contribución equilibrada. EMEA generó un aumento de 45,2 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 3,9 % en comparación con 2024. Américas contribuyó con un incremento de 53 millones de euros, o un 6,5 % respecto a 2024; y Asia-Pacífico con 30 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 14,7 % frente a 2024.

En 2025, el rendimiento de los ingresos netos en EMEA, particularmente en Europa, ha mostrado resultados mixtos entre las categorías de fragancias y moda y maquillaje. El sur de Europa mantuvo la senda de crecimiento marcada en años anteriores, equilibrada con otros mercados como Francia, que presentó un desempeño más moderado. El cuidado de la piel mostró un rendimiento sólido en Europa. Ajustado por tipo de cambio, el crecimiento orgánico (Like for Like) fue del 3.6%.

En cuanto a las Américas, tanto Norteamérica como Latinoamérica continuaron mostrando fortaleza, impulsadas por el negocio de fragancias, con un crecimiento orgánico (Like for Like) del 10.9%. En términos reportados, el desempeño se vio muy negativamente afectado por la depreciación de las monedas USD, BRL y MXN frente al euro en comparación con los niveles de 2024.

Puig en Asia-Pacífico experimentó un crecimiento sobresaliente en los primeros seis meses del año. La región continuó beneficiándose del sólido desempeño en Corea del Sur y Japón, complementado por un aumento de activaciones locales para Charlotte Tilbury. En términos orgánicos (Like for Like), el crecimiento fue del 16,5 %.



Ingresos netos por segmento de geográfico: evolución trimestral

2025

(Miles de euros)	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre
EMEA	643.765	554.959	—	—
Américas	450.989	415.968	—	—
Asia-Pacífico	111.099	122.540	—	—
	1.205.853	1.093.467	—	—

2024

(Miles de euros)	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre
EMEA	616.965	536.578	676.055	790.406
Américas	404.445	409.545	476.678	423.965
Asia-Pacífico	97.018	106.671	104.224	147.228
	1.118.428	1.052.794	1.256.957	1.361.600



Resultado operativo

El beneficio operativo durante los primeros seis meses del año aumentó un 5,5 % hasta alcanzar los 330 millones de euros desde los 312,8 millones de euros en 2024. En porcentaje sobre los ingresos netos, el beneficio operativo mantuvo el 14,4 % observado en 2024. Durante el período, Puig mantuvo altos niveles de margen bruto. La reducción del beneficio operativo debido al aumento de la inversión en gastos de publicidad y promoción durante el período (un incremento del 1,4 % sobre los ingresos netos en comparación con 2024) fue compensada por mejoras tanto en los gastos de distribución como en los gastos de estructura (SG&A) como porcentaje sobre los ingresos netos (-0,2 % y -1,2%, respectivamente). El beneficio operativo por segmento de negocio se ha visto impactado de la siguiente manera:

(Miles de euros, excepto %)	30 de junio de 2025	30 de junio de 2024	H1 2025 / H1 2024 Variación %
Fragancias y moda	299.256	294.238	1,7 %
Maquillaje	12.102	105	11425,7 %
Cuidado de la piel	20.952	18.448	13,6 %
Total	332.310	312.791	6,2 %

El segmento de fragancias y moda aumentó un 1,7 % hasta los 299,3 millones de euros frente a los 294,2 millones de euros en 2024 manteniéndose como el principal contribuyente al beneficio operativo de Puig. En porcentaje sobre los ingresos netos, el beneficio operativo se redujo al 17,8 % en comparación con el 18,6 % en 2024.

El maquillaje aumentó a 10,2 millones de euros desde los 0,1 millones en 2024. El porcentaje sobre los ingresos netos, el beneficio operativo aumentó al 3% frente al 0% en 2024.

El cuidado de la piel aumentó un 11,5 % alcanzado los 20,6 millones de euros desde los 18,5 millones de euros en 2024. En porcentaje sobre los ingresos netos, el beneficio operativo se redujo al 7,5 % en comparación con el 7,2 % en 2024.

3. Acciones propias

En 2025, no se realizaron operaciones con acciones propias. Por lo tanto, al 30 de junio de 2025, la compañía mantenía 4.886.667 acciones propias (acciones Clase B), por un importe de 80,281 miles de euros — la misma cantidad que al 31 de diciembre de 2024.



4. Gestión de riesgos financieros

Gestión del riesgo del tipo de cambio de divisas extranjeras

El grupo opera en un entorno internacional y, por lo tanto, está expuesto al riesgo de tipo de cambio en transacciones en divisas, especialmente con respecto al USD y al GBP (siendo el euro la moneda funcional del grupo y la moneda de la Sociedad Matriz). El riesgo de moneda está asociado con futuras transacciones comerciales, activos y pasivos reconocidos, e inversión neta en monedas extranjeras.

Puig tiene una parte significativa de ventas a clientes y a sus propias subsidiarias, así como ciertas compras en monedas distintas a su moneda funcional (euro). Se utilizan instrumentos de cobertura para reducir los riesgos de cambio extranjero que surgen de las fluctuaciones de monedas diferentes a las monedas funcionales de las compañías.

Antes de finalizar el año, como parte de la preparación del presupuesto, las empresas de Puig son responsables de identificar la exposición a flujos de efectivo en moneda extranjera. El grupo analiza centralmente la exposición y organiza las coberturas apropiadas. Los riesgos de cambio identificados se cubren utilizando contratos a plazo u opciones.

Puig ha implementado una política estricta para gestionar, medir y monitorear estos riesgos. Las actividades están organizadas basadas en una clara segregación de funciones entre el front office, middle office y back office, que son responsables de la medición, cobertura y administración y control financiero. La estrategia de cobertura siempre debe ser presentada a la alta dirección para su aprobación.

La financiación obtenida por Puig es principalmente en Euros, representando el 94 % de la deuda total (2024:96 %).



Riesgo de tipo de interés

El riesgo de tipo de interés de Puig surge de préstamos actuales y no corrientes con bancos. El objetivo de Puig es tener una alta proporción de préstamos a tipo fijo o tipos de interés variables cubiertos por swaps de tasas 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 tasas de interés) para cubrir el riesgo de cambios en 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 a 30 de junio de 2025 asciende a 4.508 miles euros (2024: 129 miles de euros).

Riesgo de crédito

El riesgo de crédito es el riesgo al que Puig está expuesto en caso de que un cliente o contraparte no cumpla con su obligación de pago.

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

El grupo reconoce el deterioro basado en su mejor estimación de las pérdidas esperadas en las cuentas por cobrar comerciales y otras. Las principales pérdidas por deterioro reconocidas se deben a pérdidas específicas relacionadas con riesgos identificados individualmente. Al final del año, estas pérdidas por deterioro son inmateriales.

La base de clientes de Puig está razonablemente fragmentada, y ningún cliente individual representa más del 10% de los ingresos totales del grupo.

Puig tiene cantidades no utilizadas de facilidades de crédito que pueden usarse para cubrir déficits de efectivo operativos.

Además, para mitigar este riesgo de crédito, el grupo puede transferir este riesgo a terceros mediante el factoring sin recurso de las cuentas por cobrar comerciales, en cuyo caso el grupo no retendría ningún riesgo de crédito.



El riesgo de crédito también surge de efectivo y equivalentes de efectivo, instrumentos financieros derivados y depósitos en bancos e instituciones financieras. Para mitigar este riesgo de crédito, el grupo solo trabaja con bancos con calificaciones crediticias sólidas calificadas por agencias calificadoras internacionales. La solvencia de estas instituciones, según lo indicado en las calificaciones crediticias de cada institución, se revisa periódicamente con el fin de realizar una gestión activa del riesgo de contraparte.

Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez es el riesgo de que el grupo no pueda cumplir con sus obligaciones financieras a medida que vencen. El enfoque del grupo para gestionar la liquidez es asegurar, en la medida de lo posible, que siempre tenga suficiente liquidez para saldar sus obligaciones en la fecha de vencimiento.

Puig utiliza técnicas de planificación financiera para gestionar el riesgo de liquidez, teniendo en cuenta la madurez de los activos y pasivos financieros y las proyecciones de flujo de efectivo. El objetivo de Puig es equilibrar los requisitos estructurales y las necesidades excepcionales de efectivo con los préstamos y descubiertos tomados, para asegurar que pueda utilizarlos dependiendo de su situación de liquidez.

Como consecuencia de lo anterior, el grupo considera que tiene liquidez y acceso a financiamiento a medio y largo plazo que permite al grupo asegurar los recursos necesarios para cumplir con los compromisos potenciales para futuras inversiones.

Puig tiene cantidades no utilizadas de facilidades de crédito que pueden usarse para cubrir déficits de efectivo operativos.

Gestión del riesgo del capital

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

El propósito principal de la gestión de capital de Puig es asegurar una estructura financiera que pueda optimizar el coste del capital y mantener una posición financiera sólida, para acceder a los mercados financieros a un coste competitivo para cubrir las necesidades de financiamiento.

Puig gestiona su capital para asegurar que ciertos ratios financieros sean apropiados para desarrollar su negocio, manteniendo un alto nivel de solvencia para poder proporcionar retornos adecuados a sus accionistas.

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



5. Producción, actividades de investigación y desarrollo y aspectos sociales

Costes de producción

Requerimos materias primas de alta calidad para fabricar nuestros productos, como aceites esenciales y alcoholes, así como envases de vidrio y componentes de embalaje para el empaquetado, que compramos a diversos terceros. El precio de mercado de las materias primas que requerimos 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.

Generalmente hemos logrado trasladar los 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 constituyen 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 de la industria, 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 de Puig, aumenta la lealtad del cliente y fomenta la compra. El enfoque de la compañía en esta área es un componente crítico de su plan de crecimiento y su rendimiento dependerá, en parte, de su capacidad para seguir siendo innovadora y lanzar nuevos productos.

El diseño de productos se lleva a cabo internamente, junto con socios clave, para asegurar la coherencia y fortalecer el carácter y la identidad de cada marca. El proceso comienza con una idea innovadora en el núcleo de la marca, que se trabaja mano a mano con los equipos de innovación y desarrollo para convertirla en realidad.



Personal

El activo más valioso que tiene Puig es su personal. El éxito de Puig como empresa radica en el talento de las personas que trabajan para ella. A medida que la empresa enfrenta nuevos desafíos, se hace necesario capturar lo que está sucediendo en el mundo y aportar nuevas y diversas perspectivas.

Es de importancia crítica atraer, desarrollar y retener empleados talentosos, y que el entorno laboral de Puig se caracterice por una cultura amigable con los derechos humanos, inclusiva y no discriminatoria, así como la necesidad de adaptarse a un mundo cambiante.

6. Hechos posteriores

La Nota 22 de las Notas explicativas de los estados financieros intermedios condensados consolidados detalla los eventos significativos que ocurrieron después del 30 de junio de 2025.



El Consejo de Administración de Puig Brands, S.A., a fecha de 8 de septiembre de 2025, prepara los estados financieros intermedios condensados consolidados a 30 de junio de 2025, de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea (compuestas por el balance intermedio condensado consolidado, el estado de resultados intermedio condensado consolidado, el estado de ingresos integrales intermedio condensado consolidado, el estado de cambios en el patrimonio neto intermedio condensado consolidado, el estado de flujos de efectivo intermedio condensado consolidado, las notas referidas a los estados financieros intermedios condensados consolidados y el informe de gestión consolidado) para el período de seis meses que termina el 30 de junio de 2025.

D. Marc Puig Guasch
Presidente y Consejero Delegado

D. Manuel Puig Rocha
Vicepresidente

D. Rafael Cerezo Laporta
Consejero

D. Patrick Raji Chalhoub
Consejero

D. Jordi Constans Fernandez
(identificado en su pasaporte como Jorge Valentín Constans Fernández)
Consejero

Dña. Ángeles García-Poveda Morera
Consejero

D. Daniel Lalonde
Consejero

Dña. Christine Ann Mei
Consejero



D. Nicolas Mirzayantz
Consejero Coordinador

D. Josep Oliu Creus
Consejero

D. Yiannis Petrides
(identificado en su pasaporte como Ioannis Petrides)
Consejero

Dña. Maria Dolores Dancausa
Consejero

Dña. Tina Müller
Consejero

Puig Brands, S.A.
Puig Tower T-1, 46-48 Plaza Europa
08902 L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona

puig.com