



Resultados H1 2025

Puig registra un sólido resultado en el primer semestre y reitera sus perspectivas para 2025

- Las ventas netas alcanzaron los 2.299 M€ en el primer semestre de 2025, lo que representó un aumento del +7,6% a perímetro y tipo de cambio constantes (LFL) y del +5,9% en términos reportados, por encima del mercado de belleza premium.
- El EBITDA ajustado creció un +8,6%, hasta alcanzar los 445 M€. El margen de EBITDA mejoró en 0,5 puntos porcentuales, hasta alcanzar el 19,4%, en línea para alcanzar las perspectivas financieras de la compañía para 2025.
- El beneficio neto ajustado ascendió a 247 M€ en el primer semestre, con un margen del 10,8%. El beneficio neto reportado creció un +78,8% hasta los 275 M€, reflejando una comparación favorable con 2024, cuando se contabilizaron efectos extraordinarios vinculados a la salida a Bolsa.
- Se mantuvo la mejora en la generación de flujo de caja operativo, mientras que el ratio deuda neta/EBITDA ajustado se situó en 1,4x, por debajo del umbral de 2,0x establecido en las perspectivas de Puig a medio plazo.
- Puig mantiene tres de los diez primeros puestos en el ranking mundial de marcas de fragancias con Rabanne, Carolina Herrera y Gaultier. Charlotte Tilbury se mantuvo en el puesto #1 de las marcas de maquillaje de prestigio en el Reino Unido y en el #3, en EE.UU.
- Nombramiento de Jose Manuel Albesa como Deputy CEO, cargo de nueva creación, al frente de todas las divisiones. Reportará a Marc Puig, Presidente y CEO de Puig.

Marc Puig, Presidente y CEO de Puig, ha declarado: “Tal y como comunicamos en julio, en el primer semestre de 2025 registramos un fuerte crecimiento en todas las regiones, superando significativamente al mercado con un aumento del 7,6% LFL respecto a 2024 en ventas netas, un reflejo de la buena salud de nuestras marcas. El segmento de Fragancias ha continuado destacando en su desempeño y resulta alentadora la recuperación del segmento de Maquillaje en el segundo trimestre. Hemos logrado estos resultados al tiempo que nuestro EBITDA ajustado aumentó un 8,6% interanual, mejorando nuestro margen EBITDA hasta un 19,4%, en línea para alcanzar nuestras perspectivas para el ejercicio 2025.



El segundo semestre es nuestro periodo más activo y tenemos por delante la demanda de la campaña navideña, así como el lanzamiento completo de la Bomba, la nueva fragancia de Carolina Herrera. El atractivo de nuestras marcas, junto con nuestra continua disciplina en costes, nos permite invertir en ellas para apoyar su crecimiento a largo plazo. Esto refuerza nuestra confianza para reiterar nuestras previsiones para 2025.

Hemos creado la posición de Deputy CEO de Puig, a quien reportarán todas las divisiones, para la que me complace anunciar el nombramiento de Jose Manuel Albesa. He trabajado estrechamente con Jose Manuel desde que en 2004 asumí el cargo de CEO, y puedo asegurar que su pasión, comprensión de los valores de Puig y talento como constructor de marcas y como líder, han resultado instrumentales en la transformación de Puig en la compañía global de belleza premium que es hoy. Jose Manuel es la persona idónea para este nuevo cargo y estoy deseando avanzar en esta nueva fase del desarrollo de Puig gracias a nuestra sólida relación de confianza. Sigo firmemente comprometido con mi rol de Presidente y CEO y, juntos, nos aseguraremos de que Puig afronte el futuro en una posición de máxima fortaleza".

Sólido resultado en el primer semestre, impulsado por el segmento de Fragancias y Moda

Desglose de ventas en el primer semestre de 2025

	H1 2024	H1 2025	Crecimiento H1
	M€	M€	
Ventas netas (en términos reportados)	2.171,2	2.299,3	+5,9%
Crecimiento a perímetro y tipo de cambio constantes (LFL) ⁽¹⁾	+8,5%	+7,6%	

Puig registró unos sólidos resultados financieros en el primer semestre de 2025 (H1 2025), alcanzando una cifra de ventas netas de 2.299 M€. Esto representó un crecimiento del +7,6% LFL y del +5,9% en términos reportados. Tal y como se había anticipado, la evolución de los tipos de cambio tuvo un impacto negativo del (1,7%), principalmente por la debilidad del dólar estadounidense.

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



Desglose de las ventas netas por segmentos de negocio

	H1 2024 M€	H1 2025 M€	Crecimiento H1 LFL	En términos reportados
Fragancias y Moda	1.581,8	1.684,7	+8,6%	+6,5%
Maquillaje	334,4	339,1	+2,0%	+1,4%
Cuidado de la piel	255,0	275,5	+8,6%	+8,1%

Fragancias y Moda mantuvo de nuevo un desempeño alentador en el primer semestre de 2025, obteniendo 1.685 M€ en ventas netas, un +8,6% LFL y +6,5% en términos reportados. Este segmento aportó el 73% de la facturación de **Puig** en el periodo.

En H1 2025, **Puig** sostuvo su apuesta por la continua innovación en sus categorías de Prestige y Niche, así como el pre lanzamiento de La Bomba, la nueva fragancia de Carolina Herrera, que supone la novedad más significativa de la marca desde 2016. Byredo lideró el crecimiento en Niche, con un avance de doble dígito en el semestre.

Puig también fortaleció su portfolio de moda con el nombramiento de Duran Lantink como Director Creativo permanente de Jean Paul Gaultier, y celebró el éxito de la primera colección masculina de Julian Klausner para Dries Van Noten durante la Semana de la Moda de París en junio, que obtuvo una favorable respuesta global.

Maquillaje recuperó el crecimiento en H1 2025, con ventas netas de 339 M€, lo que representó un aumento de +2,0% LFL y del +1,4% en términos reportados. En el segundo trimestre, este segmento alcanzó una ventas de 174 M€ y un crecimiento de doble dígito LFL del +10,5%, y del +7,4% en términos reportados. La recuperación en el segundo trimestre (Q2) se vio impulsada por una combinación de lanzamientos estratégicos y de expansión geográfica y de los canales de ventas. Entre las innovaciones destacadas de Charlotte Tilbury en este periodo, se encuentra la colección Super Nudes, y la expansión de la franquicia Unreal con Unreal Blush y Unreal Lips. El segmento Maquillaje supuso el 15% de las ventas de **Puig** en el primer semestre.



Cuidado de la piel generó ventas de 276 M€, lo que supuso un crecimiento del +8,6% LFL, y del +8,1% en términos reportados. El crecimiento se vio impulsado por el sólido desempeño de Uriage, la marca más importante del segmento, especialmente con su línea de protección solar. El crecimiento a doble dígito de Uriage se vio complementado por la línea de cuidado de la piel de Charlotte Tilbury. El segmento representó el 12% de las ventas netas de **Puig** en el primer semestre.

Crecimiento internacional, con una demanda saludable en todas las regiones

Desglose de las ventas netas por área geográfica

	H1 2024 €M	H1 2025 €M	Crecimiento H1 LFL	En términos reportados
EMEA	1.153,5	1.198,7	+3,6%	+3,9%
Américas	814,0	867,0	+10,9%	+6,5%
Asia-Pacífico	203,7	233,6	+16,5%	+14,7%

EMEA generó 1.199 M€ en ventas netas en el primer semestre de 2025, lo que representó un crecimiento del +3,6% LFL y, en términos reportados, del +3,9%. La región supuso el 52% del total de las ventas netas de **Puig** en el periodo con un heterogéneo rendimiento entre mercados.

Américas siguió obteniendo resultados sólidos, con unas ventas netas que alcanzaron los 867 M€, lo que supuso un aumento del +10,9% LFL, y del +6,5% en términos reportados. La región supuso el 38% de las ventas totales y se ha beneficiado de una fuerte demanda en América del Norte y en América Latina, respaldada por la continua fortaleza de las marcas.

En **Asia-Pacífico**, las ventas ascendieron a 234 M€ en el primer semestre, con un crecimiento del +16,5% LFL, y del +14,7% en términos reportados, y representaron el 10% de las ventas de **Puig**. La región se vio impulsada por el sólido desempeño en Corea del Sur y Japón, así como por el incremento de las activaciones locales de Charlotte Tilbury.



Principales indicadores de la cuenta de resultados H1 2025

En millones de euros

	H1 2024	H1 2025	Crecimiento H1
Ventas netas	2.171,2	2.299,3	+5,9%
Margen bruto de explotación	1.646,8	1.742,1	+5,8%
Margen bruto (%)	75,8%	75,8%	
EBITDA ajustado ⁽²⁾	410,3	445,4	+8,6%
Margen EBITDA ajustado (%)	18,9%	19,4%	
Resultado atribuido a la sociedad dominante	153,8	275,0	+78,8%
Margen de resultado atribuido a la sociedad dominante	7,1%	12,0%	
Resultado atribuido ajustado a la sociedad dominante	238,0	247,3	+3,9%
Margen de resultado atribuido ajustado	11,0%	10,8%	

² El EBITDA ajustado excluye los costes de reestructuración, los costes de salida de bolsa y los costes de transacción relacionados con combinaciones de negocios y otras transacciones corporativas. También excluye las ganancias y pérdidas derivadas de la venta de negocios o inmuebles y otras partidas no operativas.

El **margen bruto** del 75,8% se mantuvo estable en el primer semestre de 2025, respecto al primer semestre de 2024 (H1 2024), lo que refleja la continua resiliencia del segmento de Fragancias y la eficiencia operativa, a pesar del impacto negativo del tipo de cambio.

El **EBITDA ajustado** alcanzó los 445 M€, lo que supuso un aumento del +8,6%. El margen EBITDA ajustado mejoró en aproximadamente 50 puntos básicos, hasta alcanzar el 19,4%, impulsado por el crecimiento de las ventas y la gestión de costes. Esto se logró al tiempo que crecía la inversión en publicidad y promoción en 1,4 puntos porcentuales con respecto al primer semestre de 2024, con el objetivo de seguir impulsando la notoriedad de la marcas y apoyar su crecimiento sostenible a largo plazo. Esto se ha visto compensado por mejoras en los resultados de gastos generales y administrativos y en los gastos de distribución. Asimismo, se benefició del incremento en la amortización y depreciación en porcentaje sobre las ventas netas, reflejando la inversión en presencia global y en la red de tiendas propias.



El **resultado operativo** ascendió a 332 M€, ligeramente por encima del primer semestre de 2024, con un margen del 14,5%.

El **beneficio neto ajustado** fue de 247 M€, lo que supuso un incremento del +3,9% con respecto al primer semestre de 2024. Esto corresponde a un margen del beneficio neto ajustado del 10,8%. Si bien el resultado operativo mejoró respecto a H1 2024, el beneficio neto ajustado se vio afectado negativamente por la diferencia de cambio de divisas en los resultados financieros y por menores beneficios de las empresas asociadas.

El **beneficio neto reportado** se incrementó un +78,8%, hasta alcanzar los 275 M€. Este aumento refleja el impacto de los costes extraordinarios relacionados con la salida a bolsa contabilizados en 2024, junto con el crecimiento de los ingresos y la continua disciplina operativa.

Las ganancias ajustadas por acción ascendieron a 0,44 €.

Resultado operativo por segmento de negocio
En millones de euros, excepto %

	H1 2024 (M€)	H1 2024 (Margen %)	H1 2025 (M€)	H1 2025 (Margen %)
Fragancias y moda	294,2	18,6%	299,3	17,8%
Maquillaje	0,1	0,0%	12,1	3,6%
Cuidado de la piel	18,4	7,2%	21,0	7,6%
Total	312,8	14,4%	332,3	14,5%

En **Fragancias y Moda** el resultado operativo aumentó hasta los 299,3 M€ en H1 2025, frente a los 294,2 M€ del año anterior. Esto refleja un incremento para un segmento de escala relevante, mientras que el decrecimiento del margen es el resultado de las continuas inversiones en publicidad y promoción a fin de respaldar el valor de las marcas en regiones estratégicas.

En **Maquillaje** el resultado operativo aumentó hasta alcanzar los 12,1 M€ durante el primer semestre, comparado a 0,1 M€ en H1 2024, con un margen de resultado del 3,6%. Esto refleja mejoras en los niveles de rentabilidad en las iniciativas de menor tamaño del segmento.



En **Cuidado de la piel** el resultado operativo aumentó hasta alcanzar 21,0 M€, comparado con 18,4 M€ en H1 2024, con una mejora del margen del resultado operativo de aproximadamente 40 puntos básicos. La mejora fue impulsada por la continua expansión de las propuestas de cuidado de la piel de mayor tamaño. Las inversiones en adquisiciones recientes e iniciativas de menor escala dentro del segmento siguen siendo una prioridad.

Flujos de efectivo operativo y balance 2025

El **Flujo de caja** libre de operaciones mejoró significativamente hasta alcanzar los (116) M€ comparado a los (173) M€ de H1 2024, aunque siguió siendo negativo, en línea con el aumento del capital circulante estacional que se observa habitualmente previo a la entrada en el segundo semestre. La mejora se debió principalmente a un mejor desempeño del capital circulante.

La **Deuda neta** se situó en 1.426 M€ durante el periodo, lo que refleja principalmente el pago de dividendos declarado con respecto al ejercicio 2024, así como la estacionalidad del flujo de caja. Además, **Puig** incrementó su participación en Kama Ayurveda en un 12.5% adicional en abril de 2025, por un importe de 13.5 M€, elevando su participación a 97.5%. El ratio deuda neta/EBITDA ajustado ha sido de 1,4x y se mantuvo confortablemente por debajo de 2.0x, en línea con el umbral de apalancamiento a medio plazo de **Puig**.

Puig sigue manteniendo un balance sólido, con suficiente flexibilidad para seguir invirtiendo en el desarrollo de sus marcas y en su capacidad operativa.

Creación del cargo de Deputy CEO

Puig ha creado el cargo de Deputy CEO, al frente de todas las divisiones, para impulsar el desarrollo de la visión y la estrategia de **Puig** en todo el negocio. Esta posición reportará directamente a Marc Puig, Presidente y CEO de **Puig**, y el puesto será asumido por Jose Manuel Albesa, que compaginará esta responsabilidad con la Presidencia de Beauty and Fashion.

Jose Manuel Albesa se incorporó a **Puig** en 1998 y ha desempeñado un papel crucial en la dirección estratégica de **Puig** y en el impulso a la expansión global de su portfolio de Fragancias y Moda.



A lo largo de su carrera, Jose Manuel Albesa ha ocupado diversos de puestos de alta dirección en el ámbito del desarrollo de marca, el marketing y la innovación. Entre sus logros, figura el reposicionamiento de Rabanne, Carolina Herrera y Jean Paul Gaultier, transformándolas en tres de las diez principales marcas de fragancias en el mundo. Ampliamente reconocido por su liderazgo creativo, su visión a largo plazo y el fomento del talento, ha reforzado la posición de **Puig** como Home of Creativity.

Perspectivas financieras

Puig mantiene sus perspectivas para el ejercicio 2025, con un objetivo de crecimiento de las ventas LFL del 6% al 8% y de expansión continua del margen EBITDA ajustado. Estas perspectivas reflejan la confianza de **Puig** en su estrategia, al mismo tiempo que consideran la actual incertidumbre económica y geopolítica.

El balance de **Puig** sigue siendo sólido, con un ratio deuda neta/EBITDA ajustado confortablemente por debajo de umbral de 2.0x, en consonancia con sus perspectivas financieras. Esto proporciona flexibilidad estratégica para continuar respaldando inversiones en capacidades clave y en el crecimiento futuro.

Puig sigue adoptando un enfoque altamente selectivo en materia de fusiones y adquisiciones, con un claro enfoque a la creación de valor a largo plazo y el encaje cultural.



Sobre Puig

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

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

En 2024, **Puig** registró una ventas de 4.790 M€. **Puig** vende sus productos en más de 150 países y tiene oficinas propias en 32 de ellos.

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

Para más información:

Investor Relations

investor.relations@puig.com

Corporate Communications

corporate.communications@puig.com



Apéndices

Apéndice 1: Cuenta de resultados intermedia condensada consolidada

(Miles de euros)	Notas	2024	2025
Ingresos netos	4-5	2.171.222	2.299.324
Coste de ventas		(524.399)	(557.233)
Margen bruto de explotación		1.646.823	1.742.091
Gastos de distribución		(107.081)	(108.188)
Gastos de publicidad y promoción		(684.936)	(758.347)
Gastos de ventas, generales y administración		(542.015)	(543.246)
Resultado operativo	4-5	312.791	332.310
Otros ingresos y gastos operacionales	5	(135.272)	0
Resultado operacional		177.519	332.310
Resultado financiero	6	(19.997)	(14.226)
Resultado de empresas asociadas y negocios conjuntos y deterioros de activos financieros	9	31.431	26.915
Beneficio antes de impuestos		188.953	344.999
Impuesto sobre sociedades		(32.140)	(64.095)
Resultado del ejercicio		156.813	280.904
Resultado atribuible a accionistas minoritarios (beneficio) / pérdida	13	(2.984)	(5.896)
Resultado atribuido a la Sociedad dominante		153.829	275.008

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 periodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024.



Apéndice 2: Estado de resultados global intermedio condensado consolidado

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

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 periodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024.



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

(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	—	0	—	—	—	—	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	0	(80.281)	5.958	(118.639)	11.919	2.940.924
Saldo al 31 de diciembre de 2024	128.499	3.612.174	0	(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	—	0	—	—	—	1.126	—	1.126
Combinaciones de negocios	—	—	—	—	—	—	—	—
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 periodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024.



Apéndice 4: Estado de flujos de efectivo intermedio condensado consolidado

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

* 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 periodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2025 y 30 de junio de 2024.



Apéndice 5: Balance de situación intermedio condensado consolidado

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

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.



Aviso Legal

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

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

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

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

Afirmaciones o declaraciones con proyecciones de futuro

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

El rendimiento pasado no es indicativo de los resultados futuros

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

Medidas alternativas de rendimiento y no-NIIF

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