



Memoria de Responsabilidad Social Corporativa

2024

Contenido

1 Mensaje de la Dirección	2 Perfil de la Compañía Sobre GdC Beauty Group Historia Cultura Corporativa Gobierno Corporativo Modelo de negocio Portfolio de Marcas	3 Performance GdC en cifras 2024 Principales magnitudes 2024 Innovación	4 Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad Medio Ambiente: Objetivos Estratégicos 2030 Social: impacto en las personas y el entorno Compliance and Ethics Gobernanza: una compañía con propósito	5 Anexos
---	--	---	---	--

Mensaje de la dirección

Memoria de Responsabilidad Social Corporativa

GDC BEAUTY GROUP 2024



1

Mensaje de la dirección

Al echar la vista atrás a 2024, no se puede negar que será un ejercicio que se quedará marcado en la historia de GdC Beauty Group. Germaine de Capuccini, el mayor activo de la compañía cumplió seis décadas, un hito único en el sector de la belleza. Un legado construido con valores firmes y sólidos que como marca hemos honrado desde diferentes perspectivas.

Sin embargo, haciendo honor al espíritu innovador y de constante evolución de GdC hemos querido afrontarlo con la mirada puesta en el futuro. Hemos celebrado que somos 60 *years young* y bajo el lema #WeAreGermaine



Ana Pons Talens

Directora General de GdC Beauty Group

hemos reivindicado el valor más importante que tenemos: las personas que forman parte de la compañía, representadas por su globalidad y diversidad con nuestras filiales, partners y clientes en todo el mundo.

Nueva era en GdC

Este 2024 ha marcado, sin duda, un punto de inflexión en nuestra trayectoria. La transformación digital es una constante en todas las empresas y abrazar el cambio que conlleva es obligatorio. Estamos transitando un cambio transformacional que impacta en nuestro modelo de negocio hacia ese proceso de transformación digital integral.

Estamos adaptando la estructura organizacional a esta nueva era construyendo un equipo diverso, fuerte y especializado en las necesidades del hoy y del mañana, arropado gracias al aumento de la penetración de la cultura corporativa. Nuestro objetivo es crear equipos multidisciplinares con el objetivo de mejorar la productividad y fomentar el trabajo en equipo buscando ideas que nos hagan más fuertes.

Nuestro rendimiento empresarial demuestra que vamos por el buen camino, a pesar del contexto difícil e inestable que nos rodea, confiamos en la solidez de nuestros partners y filiales para seguir cumpliendo nuestro propósito.

Queremos ser la marca de cosmética profesional número uno del mundo en el cuidado de la piel, nos avala nuestro liderazgo entre las profesionales de la belleza desde 1964. Queremos ser omnipresentes para nuestros consumidores gracias a nuestra estrategia omnicanal y queremos combinar el rendimiento con el propósito.

Best in class innovation

Los resultados sólidos no pueden separarse de la innovación, una parte del ADN de GdC Beauty Group. Durante este ejercicio hemos continuado creando tratamientos que marcan una verdadera diferencia en la vida de nuestros consumidores aplicando la última tecnología en sistemas avanzados de liberación de los activos, la neurociencia y prácticas responsables con el medio ambiente. El reto está en la innovación constante.

Seguimos apostando por crear productos que no solo ofrecen resultados tangibles, sino que también generan una conexión emocional con la belleza, como es nuestra marca **Timexpert** pero sin lugar a dudas estamos avanzando de manera acelerada en seguir ofreciendo los productos cosmeceúticos más innovadores dentro de nuestra marca **Expert Lab**.

Time for Tomorrow

Crear un impacto positivo en nuestras vidas, en las de nuestros clientes y nuestro planeta no es ya una cuestión accesorio. Hoy no se entiende el desarrollo de una corporación sin un compromiso firme con la sostenibilidad. De ahí que en GdC fomentemos desde los más altos órganos de la compañía una cultura

corporativa centrada en valores y orientada a la mejora de la gestión, la transparencia, la participación y la consecución de resultados que impacten directamente en las comunidades en las que operamos.

Valores alineados con el respeto a los Derechos Humanos y la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, en los que está basada esta memoria y nuestra estrategia ESG.

Nuestras políticas muestran un año más el claro y firme compromiso con la sostenibilidad que busca equilibrar los aspectos sociales, económicos y ambientales, incluyendo la protección y preservación del medio ambiente sin agotar los recursos o causar daño a nuestro planeta.

Time to explore

El bienestar físico y emocional se está posicionando como uno de los pilares más fuertes en todas las culturas alrededor del mundo siendo esencial el sector en el que nos encontramos para hacer que la gente se sienta bien, segura, confiada. Nuestra imagen nos ayuda a relacionarnos positivamente con los demás y juega un papel clave en la autoestima a lo largo de todas las etapas de la vida.

Por este motivo, nuestros planes de futuro son seguir creciendo a través de la innovación en todas las facetas de la organización para que cada consumidor aprecie el diferencial que nuestras marcas pueden ofrecerle. Ese diferencial se tiene que sentir, se tiene que palpar, aunque no se pueda materializar.

Perfil de la Compañía

Sobre GdC Beauty Group

Historia

Cultura Corporativa

Gobierno Corporativo

Modelo de negocio

Portfolio de Marcas

Memoria de Responsabilidad Social Corporativa

GDC BEAUTY GROUP 2024



Sobre GdC Beauty Group

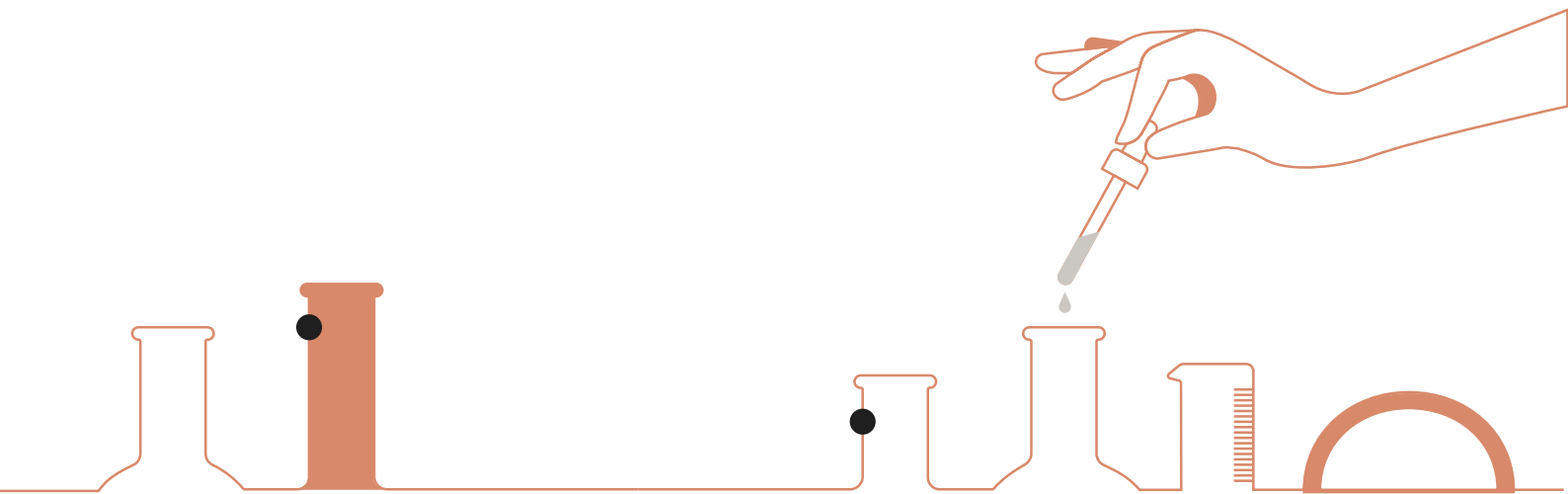
Mandor Investments, S.L. y sociedades dependientes (en adelante, GdC o **GdC Beauty Group**) es un grupo global e innovador que opera con excelencia en el sector de la belleza ofreciendo marcas de alto valor añadido **en más de 70 países**, con **siete filiales** situadas en España, Italia, Bélgica, Reino Unido, Estados Unidos, República Dominicana y Colombia. Lidera el sector en varios países de Europa y Latinoamérica, con sus dos marcas (Germaine de Capuccini y Ainhua), con **288 empleados** en todo el mundo a cierre del ejercicio 2024.

Una compañía líder en la investigación, desarrollo, fabricación y distribución de productos cosméticos, dirigidos esencialmente al sector de la cosmética profesional, siendo pionera en la implementación de certificaciones de calidad y en la adopción de medidas

comprometidas con el medio ambiente, así como la conciliación familiar y laboral. Su visión se centra en el equilibrio entre belleza y salud, y ha alcanzado reconocimiento global gracias a su firme compromiso con la calidad y la innovación.

La organización demuestra un compromiso continuo con la innovación, utilizando tecnología cosmética avanzada para desarrollar tratamientos y productos únicos que brindan resultados profesionales y eficacia.

Sus productos se encuentran en los mejores centros de estética profesional, spas y clínicas médico-estéticas de todo el mundo, así como en lujosas cadenas hoteleras. Esta presencia en diversos canales consolida a GdC Beauty Group como uno de los grupos referentes para las profesionales de la estética a nivel mundial.



📍 HEADQUARTERS Ctra. de Alicante, 86 0380 Alcoy Alicante	📍 MADRID OFFICE C/ Luchana, 30 Barrio de Chamberí 28010 Madrid	📍 BARCELONA OFFICE C/ Mallorca, 81 Eixample 08029 Barcelona
--	--	---

Historia

Liderando la Cosmética Profesional desde hace 60 años

1964
Se funda Germaine de Capuccini

1975
Primera fábrica con almacenes, laboratorio y oficinas

1978
Se inicia la **distribución** de productos **internacionalmente**

1979
Inauguración de la primera delegación en **Barcelona**

2003
Compromiso y Sostenibilidad
Primera empresa cosmética en obtener la certificación múltiple de Sistema de Gestión

1998
Profesionalización
Adaptación a las GMP (Good Manufacturing Practices) del sector farmacéutico

1987
Expansión internacional
La marca continúa con su internacionalización hasta llegar a más de 70 países en la actualidad

1982
Crecimiento
Nueva sede equipada con laboratorios, salas de fabricación, envasado, oficinas y almacenes

2007
Empresa Familiarmente Responsable
Gracias al fomento de medidas a favor de la conciliación familiar y laboral

2014
Incorporación de las filiales en **Italia** y **República Dominicana**

2017
AINHOA se incorpora a **GdC Beauty Group**.
Nueva filial en BENELUX

2022
Récord en facturación con la formulación exclusiva de la línea de hidratación y relleno con Ácido Hialurónico.

2022
Hito mundial con el lanzamiento de **TIMEXPERT HYDRALURONIC**

2021
Incorporación **Nanopolímero patentado HLG**
La innovación que eleva nuestras fórmulas.
Un ingrediente patentado de uso exclusivo en cosmética profesional por parte de GdC Beauty Group

2023
Lanzamiento del sistema despigmentante **EXPERT LAB**

2024
Innovación y Tecnología representados en un tratamiento tras dos años de investigación que simbolizan el ADN vanguardista desde el expertise del Laboratorio

2024
60 años de legado en el mundo de la belleza
La sostenibilidad cobró protagonismo en todos los desarrollos, destacando los lanzamientos de Timexpert Premier, Timexpert Lift_IN y la renovación de Sperience, la colección Spa.
Se implantó en todas nuestras líneas premium antiedad TIMEXPERT el eco-refill y el cartón FSC

Cultura Corporativa

Creemos firmemente que la belleza nace del empoderamiento de las personas. La identidad como equipo se define por los valores individuales.

Por eso, el grupo fomenta un entorno en el que cada empleado, partner o cliente pueda prosperar, innovar y contribuir a hacer del mundo un lugar más bello. Un ecosistema corporativo que se nutre de los siguientes valores como compañía:



COLABORACIÓN We win as a team

Estamos todos juntos en esto. Si NOSOTROS ganamos, TÚ también ganas. Creemos en asumir responsabilidad y reconocer que el éxito es un esfuerzo colectivo impulsado por la colaboración y el apoyo mutuo.



INNOVACIÓN We are pioneers

Aceptamos nuestro pasado y trabajamos hacia el futuro. Con un espíritu de innovación y exploración, rompemos barreras y desafiamos el *status quo*, buscando constantemente nuevas oportunidades y posibilidades.



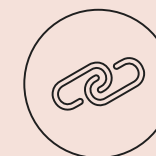
DIVERSIDAD We are global

Consideramos las diferentes realidades que existen en el mundo. Abrazando la diversidad y la inclusividad, valoramos la riqueza de perspectivas y experiencias que provienen de todo el mundo.



QUALITY We aim high

Con ambición y determinación, fijamos nuestra mirada en los más altos estándares de excelencia. Nos esforzamos por superar las expectativas y alcanzar nuevas alturas en todo lo que hacemos. "Hazlo bien o no lo hagas".



COMMITMENT We walk the talk

Las acciones hablan más que las palabras. Lideramos con el ejemplo, alineando consistentemente nuestras acciones con nuestros valores y compromisos. Construimos lealtad a través de la integridad, la transparencia y la responsabilidad.

**We are
GdC**

Gobierno Corporativo

La estructura organizativa del grupo se ha consolidado en los últimos años formando un gobierno corporativo sólido formado por líderes guiados por una visión a largo plazo de innovación, creatividad y sostenibilidad.

La matriz de la que dependen las sociedades mercantiles que forman el grupo GdC Beauty Group es la sociedad española **Mandor Investments, S.L.**

Consejo de Administración

El **Consejo de Administración** es el mayor órgano de gobierno, responsable de aprobar las políticas estratégicas generales del grupo y del control de su gestión. Durante el ejercicio 2024 el Consejo de Administración está formado por cinco personas físicas hombres y una persona jurídica representada por un hombre (misma composición durante el ejercicio 2023).

Comité de Dirección

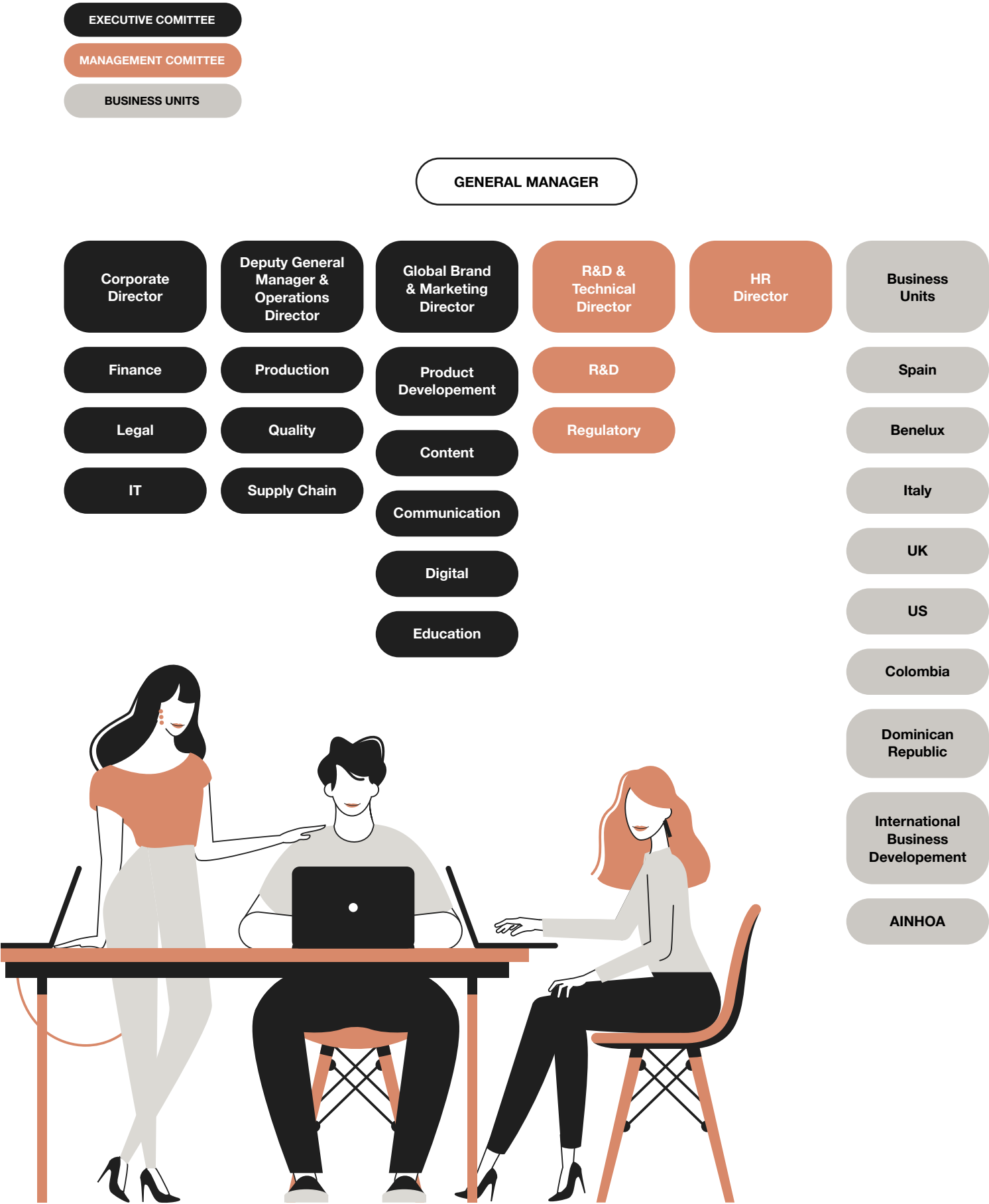
El **Comité de Dirección** es el órgano que apoya al comité ejecutivo para la toma de decisiones dentro del plan estratégico aprobado por los accionistas. Entre otras funciones, los miembros de este comité desempeñan una labor de asesoramiento hacia la dirección general y coordinan los diferentes proyectos con cada uno de los departamentos de la empresa a través de comités operativos específicos.

Comité Ejecutivo

El **Comité Ejecutivo**, elegido por el consejo de administración, es el que se encarga de ejecutar las decisiones adoptadas por los accionistas para alcanzar sus objetivos. Está compuesto por altos cargos directivos, responsables de llevar a cabo estrategias y supervisar todos los aspectos de la compañía, liderado por la Directora General.

Unidades de Negocio

Las **Unidades de Negocio** son las encargadas de implementar y gestionar la estrategia de crecimiento de cada una de las marcas del portfolio del grupo en cada una de las regiones y canales que operan. Cada Business Unit funciona como una entidad independiente dentro de la organización, con su propio equipo, objetivos y estrategias. Tienen el apoyo directo tanto de la Dirección General como del Comité ejecutivo.



Para completar las decisiones de los Comités Ejecutivo y de Dirección las diversas áreas cuentan con otros comités específicos:

Comité de Innovación

Su principal objetivo es la toma de decisiones sobre aspectos predominantemente estratégicos de la marca y de nuestra reputación. Se reúne periódicamente y sus funciones son velar por la coherencia entre las estrategias de marca y negocio, seguir la correcta aplicación de las marcas mediante Indicadores, definir y aprobar el mapa de riesgos reputacionales y analizar las métricas de seguimiento de dichos riesgos, planteando las acciones oportunas para su mitigación.

Comité de Igualdad

El Comité de Igualdad está formado por la parte empresarial y la representación legal de las personas trabajadoras con el principal objetivo de colaborar y alcanzar un acuerdo para la elaboración del Plan de Igualdad 2023-2027 que establece y desarrolla políticas que integren la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, sin discriminar directa o indirectamente por razón de sexo, así como en el impulso y fomento de medidas para conseguir la igualdad real en el seno de la organización, estableciendo la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Comité de Desarrollo de Negocio

Integrado por los Country Manager de cada unidad de negocio y por el comité ejecutivo. Se encarga de la investigación y la creación de información para identificar mercados y clientes objetivo, así como oportunidades de negocio latentes para cada unidad y cada marca. Realiza propuestas de desarrollo de producto, marcas, nuevos canales, etc.

Comité de Mejora Procesos

Proporciona el apoyo a nivel de la Dirección para el proyecto de mejora. Es responsable de proveer los recursos, supervisar el proyecto y guiar el cambio. Es importante que el comité demuestre su compromiso con la mejora de procesos de manera visible. Debe llevar a cabo juntas periódicas para supervisar los indicadores del proyecto, verificar el estado de implantación de las mejoras y evaluar los resultados de las pruebas piloto. En sus manos está garantizar el cumplimiento de las metas del proyecto y el logro de los compromisos. Formado por 3 personas de manera fija y otros posibles participantes dependiendo del proyecto que se esté ejecutando.

Comité de Operaciones

Su objetivo es elaborar la estrategia y la planificación industrial necesaria para la consecución de los objetivos determinados para cumplir con el plan estratégico. Formado por los mandos intermedios de los departamentos de Producción, de Logística, Calidad, Compras e I+D más el director de operaciones.

Comité de Sostenibilidad

Está formado por los equipos del departamento de Calidad, Regulatory, Comunicación, Recursos Humanos y Legal Compliance. Se encarga de desarrollar, implementar y supervisar las políticas, estrategias y acciones relacionadas con la sostenibilidad. Su objetivo es asegurar que las operaciones y decisiones de la organización estén alineadas con los principios de desarrollo sostenible, promoviendo el respeto al medio ambiente y la responsabilidad social.

Comité de Seguridad y Salud

Los comités de seguridad y salud y los delegados y delegadas de prevención actúan como responsables de la defensa de los intereses de los trabajadores y trabajadoras en materia de prevención de riesgos en el trabajo. Para ello, tienen las competencias en materia de información, consulta y negociación, vigilancia y control. Formado por 6 personas, se reúne de manera trimestral.

Comité Ético

Se encarga de velar y supervisar el cumplimiento del código ético y de conducta y aplicar a los empleados y empleadas del Grupo el procedimiento disciplinario, en caso de ser necesario. Está compuesto por 3 integrantes, responsables de estudiar y atender cualquier reclamación que se interponga a través del canal ético, investigando las denuncias y proponiendo posibles medidas correctoras para evitar situaciones similares en el futuro.

Modelo de Negocio

GdC Beauty Group se distingue por su enfoque innovador y omnicanal, con un claro énfasis en ofrecer una experiencia excepcional al cliente, fuerte enfoque en I+D, la formación de los profesionales y una estrategia de distribución internacional.

La propuesta de valor que ofrece se basa en la excelencia en la formulación de nuestros productos, un servicio de atención al cliente altamente personalizado y nuestra capacidad para adaptarnos rápidamente a las nuevas tendencias del mercado.

Nuestra **estrategia omnicanal** asegura que nuestros productos estén al alcance de clientes de diversas edades y perfiles. Queremos estar presentes en todos los touch points donde está el consumidor.

A través de un modelo de distribución B2B2C tanto online como offline garantizamos una experiencia de compra integral al alcance de todos los amantes del cuidado de la piel.

Canales de distribución

- Salones de Belleza
- Clínicas médico-estéticas
- Spas y hoteles
- Distribuidores
- Retail
- Travel retail
- Online

GdC es la marca que eligen las profesionales de la belleza en todo el mundo. Ahora disponible para todos los amantes del cuidado de la piel.



Portfolio de Marcas

GERMAINE DE CAPUCCINI

Germaine de Capuccini es una marca **líder de renombre en estética profesional**, al servicio de institutos de belleza en más de 70 países de los cinco continentes.

Durante sus 60 años de historia, la empresa ha convertido el cuidado profesional de la piel en un auténtico ritual de belleza con **fórmulas exclusivas y protocolos de trabajo** que se adaptan a las necesidades únicas de la piel en cada etapa de la vida.

Cada tratamiento cuenta con la **tecnología cosmética más avanzada** y está avalado por sus resultados y eficacia para experimentar un notable antes y después en la piel.



Un preciado secreto
de belleza que se
ha transmitido
de generación en
generación gracias
a las hábiles y
cuidadosas manos de
nuestras expertas.

Profesionales

EL ARTE DE LAS MANOS

En nuestras manos expertas, el cuidado facial y corporal se convierte en un auténtico ritual de belleza y bienestar. Texturas únicas, aromas y métodos exclusivos que ofrecen resultados efectivos en menos tiempo.

Cuidado de la piel

UNA SOLUCIÓN PARA CADA NECESIDAD DE LA PIEL

Cada piel cuenta una historia. Y Germaine de Capuccini forma parte de la vida todas ellas ofreciendo una completa rutina cosmética que te acompaña en tus momentos especiales, en tus cambios vitales, en el día a día, de la mañana a la noche, de la juventud a la madurez.

Ciencia

EXPERTOS EN EL TIEMPO

La calidad, eficacia e innovación son nuestras señas de identidad. En nuestro laboratorio propio elaboramos fórmulas únicas con la más avanzada tecnología para desafiar el paso del tiempo en la piel.



OPTIONS
Productos básicos
de uso diario



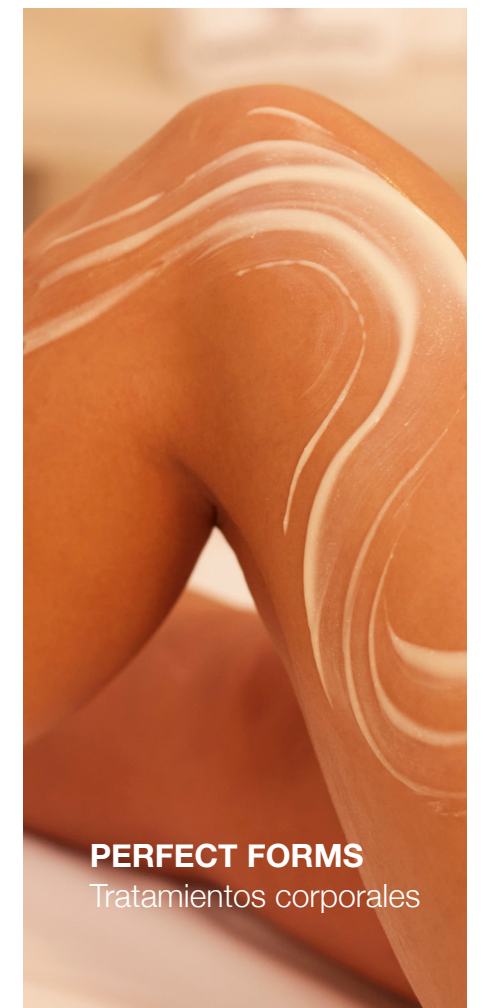
TIMEXPERT
Antiedad



EXPERT LAB
Cosmecéuticos



SPERIENCE
Momentos de bienestar



PERFECT FORMS
Tratamientos corporales

Portfolio de Marcas

AINHOA

Con más de 25 años en la industria de la belleza, Ainhua se posiciona como una marca española con proyección internacional. Su filosofía se centra en una cosmética simple y efectiva, dirigida hacia la mujer y el cuidado de la piel, inspirada por la autenticidad y simplicidad de aquellas que reconocen que la verdadera belleza comienza con el cuidado de la piel.

Prescindiendo de elementos accesorios, la marca se enfoca en ingredientes clave, texturas y fórmulas que realmente marcan la diferencia. Su esencia radica en la sofisticación de la simplicidad, proporcionando cosmética profesional sin complicaciones. Ainhua apuesta por ingredientes de eficacia probada y en tendencia en el mercado, ofreciendo tratamientos con resultados visibles que satisfacen necesidades reales.

Con rutinas de belleza simplificadas, la gama de productos se destaca por ser atractiva, accesible y democrática, acercando la cosmética profesional a todos.

La comunicación de Ainhua es directa y transparente, y la marca se compromete con la sostenibilidad mediante ingredientes naturales, fórmulas veganas y productos altamente sensoriales.

Reconocida con varios premios a nivel nacional e internacional, Ainhua tiene presencia en más de 20 países, enorgulleciéndose de ofrecer una experiencia auténtica y efectiva en belleza a mujeres de todo el mundo.

AINHOA

Simple. Real. Beauty.

**SIMPLE.
REAL.
BEAUTY.**

**Una solución para
cada necesidad
de la piel.**



Performance

GdC en cifras 2024

Principales magnitudes 2024

Innovación

Memoria de Responsabilidad Social Corporativa

GDC BEAUTY GROUP 2024

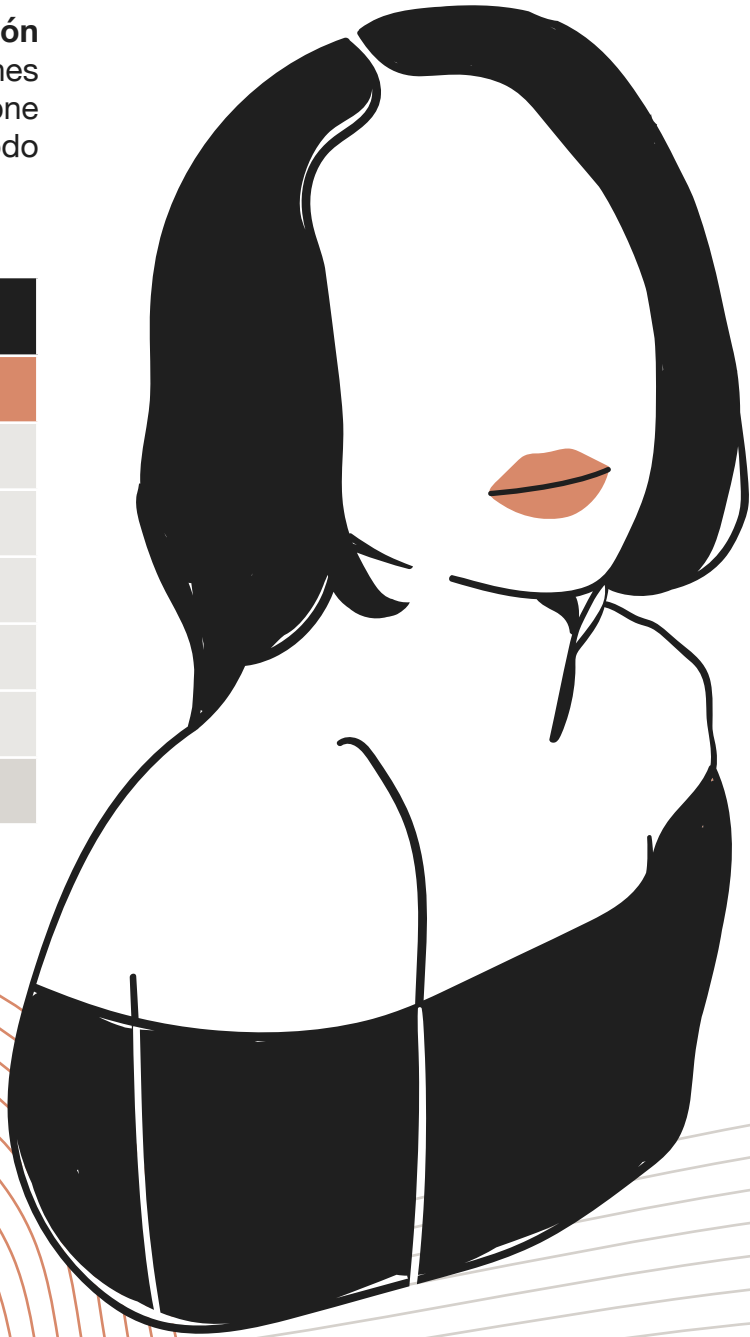


GdC en cifras 2024

PERFORMANCE

El grupo ha cerrado con una cifra de **facturación de 46,7 millones de euros** (43,6 millones de euros en el ejercicio 2023), lo que supone un **crecimiento del 7%** respecto al periodo anterior.

NUESTRAS CIFRAS	
CANAL	% PESO
Salones de belleza	62%
Distribuidores	30%
Spas y Hoteles	4%
Online	3%
Terceros	1%
TOTAL	100%



Principales magnitudes 2024

PERFORMANCE



Innovación

MOST INNOVATIVE COMPANY

La trayectoria científica de GdC Beauty Group es un pilar fundamental de su éxito. Desde su fundación en 1964, se ha apostado por la investigación, la innovación y el desarrollo de productos de alta eficacia respaldados por la ciencia.

Nuestro compromiso hacia el avance científico se consolidó con la creación de nuestro laboratorio propio de I+D. Este hito marcó el inicio de una nueva etapa, con un equipo dedicado exclusivamente a investigar activos cosméticos, mecanismos de acción y nuevas tecnologías para el cuidado de la piel.

Abordamos las necesidades específicas de cada piel con precisión, utilizando ingredientes cuidadosamente seleccionados que se potencian entre sí para brindar resultados tangibles.

Formulaciones diseñadas mediante el uso de ingredientes biotecnológicos

- Ingredientes avanzados de alto rendimiento
- Soluciones regenerativas y antienvjecimiento
- Personalización según necesidad de cada tipo de piel.
- Eficacia mejorada
- Altos estándares de seguridad
- Resultados científicamente comprobados

La filosofía de cuidado de la piel de GdC Beauty Group fusiona ingredientes activos de alta calidad con un enfoque científico, eficacia y una experiencia sensorial inigualable. Priorizamos la seguridad y la efectividad, al tiempo que garantizamos que cada aplicación sea una experiencia placentera y cómoda.

La **biotecnología** se encuentra en el corazón de nuestra innovación. Al aprovechar su poder, seleccionamos ingredientes de última generación que no solo son altamente efectivos, sino también respetuosos con el medio ambiente.

Cada piel es única. Por eso, ofrecemos una amplia gama de tratamientos diseñados para abordar las necesidades individuales de cada persona. Cada una de nuestras fórmulas son cuidadosamente diseñadas con ingredientes diana que van directamente a la raíz del problema, para trabajar en sinergia y lograr resultados visibles. En nuestras fórmulas solo incluimos lo necesario para ofrecer una respuesta real a cada problema.

TRANSPARENCY, SAFETY AND EFFECTIVENESS

El Área de Innovación y Desarrollo está compuesta por 13 profesionales técnicas.

- Más de 30 proveedores con la más innovadora tecnología en materias primas.
- Colaboración directa y continuada con los laboratorios de investigación e instituciones médicas.
- Aitex para proyecto PROVECTUS + y Symsites, además de evaluación de solares en test de SPF.
- AINIA para el proyecto de sostenibilidad en envases.
- Invesbiofarm en el desarrollo de método de fabricación para envases estériles.
- Bionos empresa de esterilización. Para alcanzar el estándar de calidad.
- Proyecto RECYPACK.

Nuestras innovaciones en 2024 han transformado el ámbito profesional y el de consumo gracias a desarrollos pioneros.



Los hitos relevantes de cada marca a nivel de producto en este ejercicio:

Germaine de Capuccini

Sistemas avanzados de liberación: Retinal Encapsulado

Retinigh, sérum de Expert Lab

En este producto se ha utilizado la tecnología **Focused Cell Dose** que encapsula el Retinal en liposomas, optimizando su absorción y beneficios. Esta tecnología avanzada asegura una penetración profunda y gradual en la piel, mejorando significativamente su biodisponibilidad y estabilidad y reduciendo la irritación en comparación con los retinoides libres.

El sistema de entrega focalizada de liposomas protege el retinal de la degradación, permite una liberación controlada y aumenta la efectividad del producto, complementado por ingredientes hidratantes y reparadores de la barrera cutánea, como el nanopolímero HLG patentado, que proporciona una intensa hidratación y potencia la eficacia del producto. Esta innovación establece nuevos estándares de eficacia y precisión en el cuidado de la piel.

Innovación celular

Timexpert Premier

Nuestro objetivo con el lanzamiento de esta línea ha sido reunir en una sola crema todas las herramientas para ayudar a nuestra piel a prevenir el paso del tiempo. Todas las consecuencias que producen en nuestra piel los distintos factores involucrados en el envejecimiento cutáneo se unen en el daño que producen a nuestras células. El envejecimiento, como ya sabemos, está asociado a la oxidación, la inflamación, los cambios epigenéticos y la senescencia celular.

¿Qué es la senescencia celular?

Las células pueden sobrevivir, morir o entrar en “senescencia”. El equilibrio de estos tres estados es la homeostasis del organismo. La senescencia es un proceso donde las células quedan en estado “stand by”, deteniendo su ciclo celular por presentar alguna alteración en su estructura.

La senescencia no es perjudicial por sí misma, pero si se prolonga en el tiempo se asocia a un envejecimiento acelerado, ya que las células senescentes no son capaces de proliferar, pero permanecen muy activas metabólicamente produciendo constantemente una serie de mediadores pro-inflamatorios (Interleucina-6 y IL-8) y proteasas (MMP-1) perjudiciales que se denominan **Fenotipo Secretor asociado a senescencia (FSAS)**.

¿Qué consecuencias tienen estos mediadores Fenotipo Secretor asociado a senescencia (FSAS)?

Se encargan de desencadenar reacciones inflamatorias y activan la senescencia celular. Debido a ello, aparecen las arrugas finas que con el tiempo serán profundas, se pierde firmeza y elasticidad y falta de homogeneidad en el tono de la piel.

Timexpert Premier actúa sobre el proceso por el cual las células se vuelven senescentes, también repara el daño producido por FSAS y combate todas las consecuencias a nivel de la matriz extracelular. **¿Cómo? Cuatro ingredientes clave:**

- **Extracto de Galdieria Sulphuraria:** es un ingrediente que se obtiene por proceso de fermentación. Reestructura el ciclo senescente y tiene una alta eficacia en la prevención del envejecimiento cutáneo, mejorando la energía y protegiendo las células sanas. Estimula la producción de procolágeno I y de ácido hialurónico.
- **Extracto de Alpinia:** Promueve la producción de glicoproteínas favoreciendo el intercambio entre dermis y epidermis. Aumenta la síntesis de colágeno. Estimula la proliferación de fibroblastos. Promueve la regeneración de la piel y mejora la luminosidad.
- **Extracto de Lemon Balm:** Recicla y recupera el colágeno dañado. Su componente en ácido rosmarínico permite promover la síntesis de un receptor (ENDO-180) que es capaz de identificar y recircular el colágeno dañado.
- **Nanopolímero patentado HLG de uso exclusivo por Germaine de Capuccini:** Potencia los beneficios de los activos permitiendo una mayor penetración de los mismos gracias a su componente nanotecnológico de puentes de ácido hialurónico, glutámico y lisina.

Tecnología ACTIMOOD en el perfume

Su fragancia, respaldada científicamente por el programa patentado **Actimood Program®**, está cuidadosamente diseñada para estimular el estado de ánimo. El programa está certificado externamente por un centro neuroclínico y validado por la Universidad Nacional de Singapur.

Neurocosmética y sostenibilidad

Timexpert Lift_IN

Se incorporan principios de neurocosmética y psicodermatología para vincular el bienestar emocional con beneficios visibles en la piel. Mediante la tecnología basada en inteligencia artificial **Mindlogics®**, validamos científicamente la eficacia de activos como el Monk Fruit. Otros principios activos como la Macroalga Roja, a partir de la cual ha sido posible obtener un activo sostenible que contiene todo el poder y propiedades de esa macroalga.

Su obtención se ha hecho mediante **Blue Technology** en el Marine Biotech Centre of Excellence en la costa de granito rosa de la Bretaña Francesa, donde las algas se extraen de forma respetuosa y se cultivan en biorreactores con el fin de optimizar la extracción de moléculas bioactivas, de esta forma no se sobreexplota la biodiversidad de esta zona protegida y se obtienen activos de máxima pureza, eficacia y trazabilidad.

La nueva línea Timexpert Lift_In se basa también en el desarrollo de productos sostenibles de forma global mediante el **ecodiseño y la trazabilidad**.

El ecodiseño es una filosofía que persigue diseñar productos y servicios sostenibles, que minimicen el impacto ambiental durante todo el ciclo de vida del producto desde su diseño propiamente dicho hasta la producción, utilización y retirada.

La trazabilidad permite conocer el origen del activo, así como su pureza, lo cual es fundamental para asegurar una eficacia constante y coherente en toda la producción. Además, asegurar la procedencia permite ofrecer activos de elevada calidad, al tiempo que respetuosos con las zonas y con la población donde se recolectan y se obtienen. Este concepto sostenible se basa en tres pilares clave:

- **Principios Activos:** Los nuevos activos incorporados se han obtenido de forma responsable y sostenible utilizando técnicas, que permiten la obtención de activos tanto innovadores, como ingredientes “hero ingredients”, reconocidos en el sector cosmético de forma respetuosa.
- **Tecnología de formulación:** mediante la utilización de materias primas que se obtienen de forma sostenible y respetuosa, además de asegurar su origen. Las fórmulas han sido remodeladas eliminando microplásticos y siliconas volátiles poco respetuosas con el medio ambiente.
- **Envases:** el concepto de sostenibilidad de la línea se basa en el ecodiseño. La eliminación del poliéster, el celofán, stamping, la utilización de tintas vegetales y la apuesta por el formato refill que permite una considerable reducción del consumo de recursos por unidad, reducción de generación de residuos, reciclabilidad y reutilización de envases. Además, el cartón es certificado FSC Mixto.

En cuanto al transporte se reduce el impacto ya que el espacio que ocupa en la caja de embalaje el tarro entero y el espacio que ocupa solamente el refill es considerable. Además de que se reduce la cantidad de elementos de envase, se reducen los viajes.

En este sentido, el impacto del formato refill:

- Reciclabilidad y reutilización de envases
- Ahorro de emisiones de CO2: 407g por unidad de venta
- Reducción de emisiones por tratamiento de residuos
- Reducción de peso en materiales plásticos y cartón (116,5g de plástico virgen y 7,5 g de cartón virgen)
- Reducción de residuos: 2,44 Kr/Kp por unidad de venta
- Reducción del consumo de tintas: 0,008g por unidad de venta
- Disminución de emisiones por el transporte

El envase secundario (caja) es de cartón, fabricado con cartón certificado por FSC. Con respecto a este envase se han hecho mejoras como la eliminación del poliéster y el celofán, y con una etiqueta adhesiva para garantizar su inviolabilidad.

Actualmente los artículos que se incluían en una caja pack se venden de manera unitaria. Y con esto se consigue una reducción en peso total de material papel/cartón de 23,11 gramos. Lo que implica:

- Una reducción de emisiones de CO2. 23,11 GRAMOS ~ 0,02 Kg. Suponen 70 g de CO2.
- Una reducción de impacto ambiental por reducción de material cartón.

Ingredientes responsables y envases reciclables

Nueva línea SPA: Sperience collection

En el año del 60 aniversario hemos dado vida a una nueva concepción de nuestros tratamientos para Spa. La entera concepción de la línea es un compromiso con el planeta. Sperience se distingue por su compromiso con la recolección sostenible de ingredientes, garantizando un enfoque respetuoso con el medio ambiente.

Protocolo de Nagoya: Apoya la biodiversidad y beneficia a comunidades indígenas

Cada uno de sus componentes ha sido seleccionado siguiendo criterios de sostenibilidad que aseguran tanto la conservación de la biodiversidad como el beneficio para las comunidades involucradas en su obtención, promoviendo el acceso justo y equitativo a los recursos genéticos, al mismo tiempo que apoya el desarrollo de comunidades indígenas.

Ecodiseño

Otro pilar fundamental de Sperience es el packaging sostenible un concepto clave en la reducción del impacto ambiental. Todos los productos de la línea han sido diseñados como monomateriales fácilmente reciclables, minimizando así la generación de residuos. Además, se ha reducido el uso de cartón en los empaques, lo que no solo optimiza los recursos, sino que también disminuye el consumo de energía en su producción.

Upcycling

La sostenibilidad también se refleja en la filosofía de upcycling, que implica la transformación de residuos en nuevos productos de valor. Con procesos de trabajo meticulosamente estudiados, Sperience garantiza que el consumo de producto sea el justo y necesario, evitando desperdicios innecesarios. Asimismo, algunos de sus productos, como los exfoliantes, han sido formulados para no requerir el uso de agua, lo que refuerza el compromiso con el ahorro de este recurso. Incluso el gramaje de cada producto ha sido cuidadosamente calculado para asegurar una cantidad exacta y eficiente.

Fórmulas responsables

Por último, la línea destaca por sus fórmulas conscientes, desarrolladas en España con más del 80% de ingredientes de origen natural. Cada fórmula ha sido creada con principios activos sostenibles, biodegradables y diseñados bajo criterios ecológicos.

Además, se garantiza el uso de ingredientes de origen ético, eliminando componentes como siliconas, parabenos y derivados animales, lo que refuerza su compromiso con la salud de las personas y el respeto por el medio ambiente.



Ainhoa

En el mundo actual, donde la innovación y la sostenibilidad son pilares fundamentales, MULTIVIT GLOW se presenta como una línea revolucionaria en el cuidado de la piel. Sus nuevas fórmulas representan un salto cualitativo, combinando lo mejor de la ciencia y la naturaleza para ofrecer resultados excepcionales.

Innovación en la Fórmula:

- **Sinergia Vitamínica:** MULTIVIT GLOW ha logrado una fórmula única que integra vitaminas clásicas y novedosas, trabajando en perfecta armonía para potenciar sus beneficios.
- **Cóctel de Superfrutas:** La incorporación de un innovador cóctel de superfrutas eleva la eficacia de la línea, aportando antioxidantes y nutrientes esenciales para una piel radiante.
- **Investigación y Desarrollo:** Detrás de cada producto MULTIVIT GLOW hay un riguroso proceso de investigación y desarrollo, asegurando la fiabilidad y eficacia de sus activos.

MULTIVIT GLOW representa una revolución en el cuidado de la piel, combinando dos poderosos cócteles para lograr resultados visibles y duraderos:

Cóctel de Vitaminas:

- B12: Esencial para la regeneración celular y la luminosidad de la piel.
- C: Un potente antioxidante que protege la piel de los radicales libres y estimula la producción de colágeno.
- E: Hidrata y nutre la piel, previniendo el envejecimiento prematuro.
- B3 (Niacinamida): Mejora la textura de la piel, reduce la inflamación y unifica el tono.

Cóctel de Superfrutas:

- Extracto de Yuzu: Rico en vitamina C y antioxidantes, ilumina la piel y estimula la producción de colágeno.
- Extracto de Dragon Fruit: Hidrata y suaviza la piel, aportando antioxidantes y vitaminas esenciales.
- Extracto de Jackfruit: Rico en vitaminas y minerales, nutre la piel y mejora su elasticidad.
- Aceite de Maracuyá: Hidrata y suaviza la piel, aportando ácidos grasos esenciales y antioxidantes.

La verdadera innovación de MULTIVIT GLOW reside en la sinergia entre estos dos cócteles. Las vitaminas y las superfrutas trabajan en conjunto para potenciar sus beneficios individuales, logrando una piel más luminosa, hidratada, protegida y rejuvenecida.

Esta vitamina B12 se obtiene mediante un proceso biotecnológico de vanguardia, lo que garantiza su pureza y alta eficacia. Al ser de origen biotecnológico, se asegura un ingrediente de alta calidad y respetuoso con el medio ambiente, minimizando el impacto ecológico.

Una deficiencia de vitamina B12 puede desencadenar o exacerbar problemas cutáneos como la hiperpigmentación, manifestada en manchas oscuras, y la dermatitis atópica, caracterizada por sequedad, picazón e inflamación. Por lo tanto, el aporte adecuado de esta vitamina es crucial para mantener un tono de piel uniforme y prevenir afecciones dermatológicas inflamatorias.

En MULTIVIT GLOW, creemos que la belleza y la sostenibilidad pueden ir de la mano. Al incorporar el concepto de upcycling en nuestros productos, no solo estamos creando fórmulas innovadoras y efectivas, sino que también estamos contribuyendo a un futuro más verde y responsable.

El Aceite de Maracuyá es un subproducto de la industria alimentaria que, gracias al proceso de Upcycling, se evita su desperdicio y permite aprovechar todas sus valiosas cualidades en el campo cosmético.

Además, este aceite proviene de fruta recogida de forma eco-sostenible en Perú, en la zona del Valle de Casma, donde se mantiene políticas de reforestación, aprovechamiento de los suelos y se estimula la economía local.

Time for Tomorrow

Medio ambiente: Objetivos Estratégicos 2030

Social: impacto en las personas y el entorno
Compliance and Ethics

Gobernanza: una compañía con propósito

Memoria de Responsabilidad Social Corporativa

GDC BEAUTY GROUP 2024



4

Medio Ambiente: objetivos estratégicos 2030

Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad

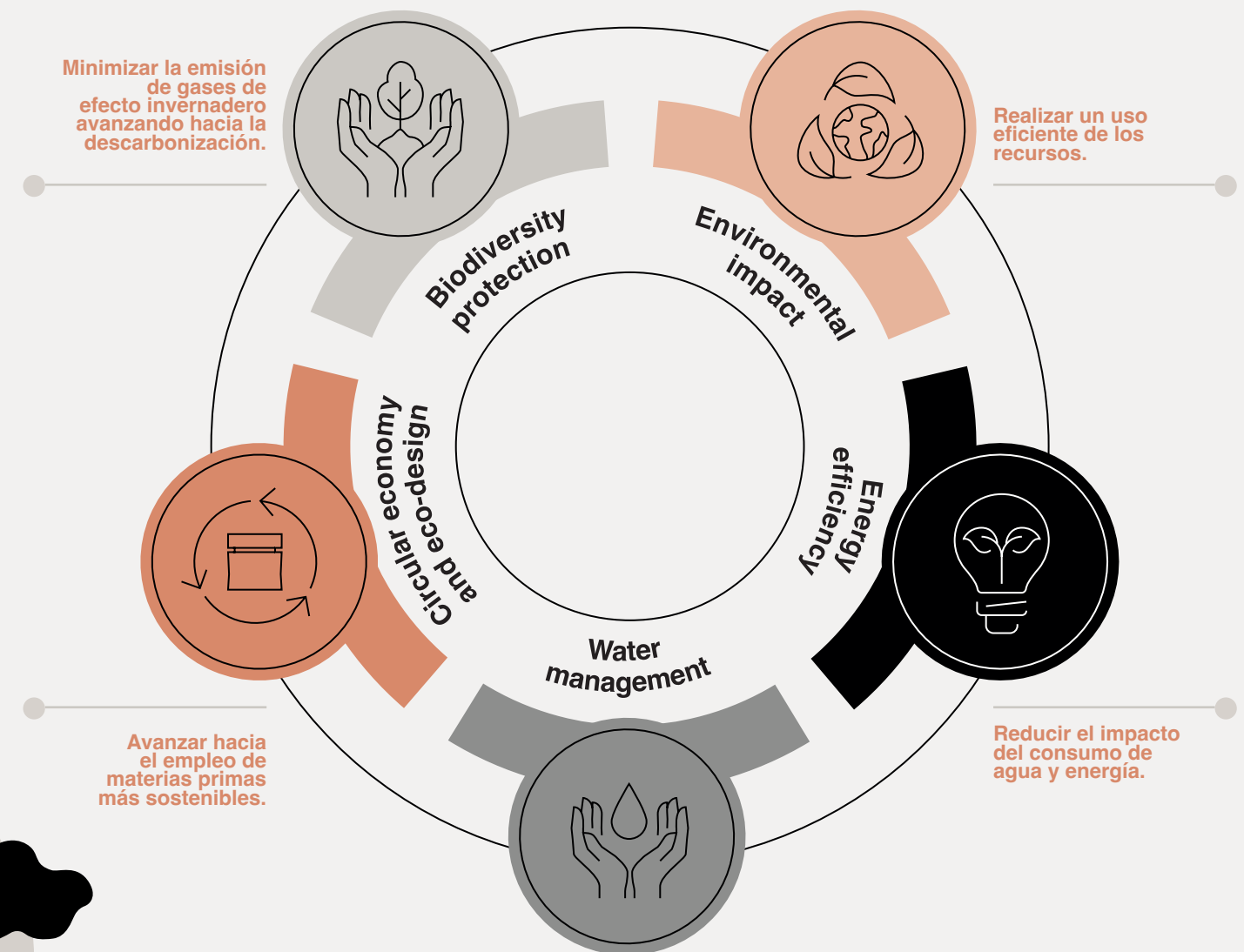
Desde GdC Beauy Group creemos que la sostenibilidad debe buscar el equilibrio entre los aspectos sociales, económicos y ambientales, incluyendo la protección y preservación del medio ambiente sin agotar los recursos o causar daño a los ecosistemas naturales.

Nuestro compromiso con la sostenibilidad en el presente se proyecta hacia el mañana, con el objetivo de que nuestro impacto en la sociedad y el medio ambiente sea positivo, sin comprometer el futuro de las próximas generaciones.

La sostenibilidad es hoy en día un concepto fundamental para el desarrollo global de cualquier producto o línea cosmética dentro de nuestra compañía y el pilar en el que se basa el Plan de Sostenibilidad.

Reducir nuestro impacto en el planeta

Nuestro propósito es reducir el consumo de recursos y su impacto en el medio ambiente, mediante la creación de alternativas más sostenibles para nuestros envases, manteniendo siempre la misma calidad. Incorporamos acciones específicas en nuestra cadena de valor para fomentar una cultura de sostenibilidad, reflejando nuestro compromiso con este objetivo.



Nuestra trayectoria en sostenibilidad

Como Grupo dedicado al cuidado de la piel tenemos la responsabilidad de hacer todo lo que esté en nuestras manos para preservar la belleza del mañana. Desde nuestros inicios somos pioneros en el cuidado del medioambiente poniendo en marcha proyectos y acciones que contribuyen a construir un futuro más sostenible.

1989

Controlamos la trazabilidad durante todo el ciclo de vida de un producto.

2000

Comenzamos a minimizar la generación de residuos en el planeta.

2003

1ª empresa española de cosmética acreditada con la triple certificación de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad Laboral.

2009

Doble certificación BPPPC/GMP.

2007

1ª empresa cosmética en conseguir la Certificación Co2 Zero.

2013

Premio R de Rediseño de envases de ECOEMBES para minimizar el uso de recursos y los residuos generados.

2022

Apoyamos la economía circular con el proyecto Symsites.

2021

- Fórmulas Ocean Respect con ingredientes biodegradables y libre de siliconas.
- Reducción del blíster y celofán de los envases.
- Reducción de los prospectos.

2023

Eco-recargas reciclables para nuestras cremas.

2024

Incorporación el cartón FSC mixto en los cartonajes.

Certificaciones

Desde 2003 GdC Beauty Group cuenta con el certificado de Sistema Integrado de Gestión (actualmente denominado 4G1), una herramienta de gestión que permite el seguimiento y la monitorización de los objetivos medioambientales. Este sistema aúna nuestro compromiso con los estándares de calidad, la protección del medio ambiente y la prevención de riesgos.

Sistemas de Gestión de la calidad

ISO 9001:2015: Desde 2003 contamos con un sistema de calidad conforme a la norma ISO 9001, que permite asegurar que nuestros procesos aportan valor y eficacia al disponer de un mapa documentado de los mismos y sus interacciones, en constante revisión.

Sistemas de Gestión ambiental

- ISO 14000:2015: Estándar internacional de referencia para los Sistemas de Gestión Medioambiental de la empresa mediante el que definimos, implantamos y medimos nuestros objetivos medioambientales.
- Certificación CEO2Zero para la medición, reducción y compensación de las emisiones de efecto invernadero. En este ámbito fuimos pioneros, convirtiéndonos en la primera empresa cosmética a nivel nacional en calcular estas emisiones.

Buenas prácticas de producción cosmética

Hemos certificado el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Producción de Productos Cosméticos (BPPPC) que otorga la Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios de la Agencia Valenciana de Salud. Junto con este certificado, Germaine de Capuccini cuenta, también, con la Certificación ISO 22716. La obtención de este reconocimiento significa la adaptación para la industria cosmética de las exigencias para las buenas prácticas de fabricación de la industria farmacéutica.



EC-2007/A001



Sostenibilidad del producto y del ciclo productivo

La inversión en políticas ESG se ha consolidado como un pilar esencial para el crecimiento sostenible, generando valor tanto a nivel organizacional como para los empleados y la sociedad.

Dentro del desarrollo de la actividad, como parte de sus procesos de protección ambiental, el Grupo ha incurrido durante el ejercicio 2024 en gastos relacionados con los mismos por importe de 76.471 euros respecto a 63.281 euros en 2023.

En el ámbito ambiental, nuestras acciones se articulan en torno a dos ejes estratégicos principales: la sostenibilidad del producto y la sostenibilidad del ciclo productivo.

Sostenibilidad en el producto

El ecodiseño del producto está integrado en la creación de una nueva referencia como parte de nuestra manera de producción.

- El uso de materiales que favorezcan el reciclado como son los monomateriales y/o materiales compuestos fácilmente separables.
- La reducción de componentes. En la fase preliminar del diseño se cuenta con una etapa inicial de optimización, ajuste de tamaños y pesos de componentes.
- Adaptación de los diferentes elementos del packaging como la eliminación de los colores de los interiores de las cajas y la unificación de componentes entre diferentes formatos para optimizar el volumen de compra.
- Rediseño de productos existentes en el mercado, eliminando el celofán de las cajas de cartón y prescindiendo del prospecto interior. Toda la información sobre el producto se encuentra ahora en nuestra página Web, minimizando el consumo de papel, pero respetando las exigencias legislativas de información al consumidor.

Sostenibilidad en el ciclo productivo

La eficiencia y a la gestión de la menor cantidad de recursos es la base de nuestro sistema de gestión de la sostenibilidad del ciclo productivo, que da respuesta a las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés y refuerza el respeto legislativo en material ambiental.

Desde el año 2000 se han identificado los aspectos ambientales que se pueden ver afectados por nuestra actividad, como las emisiones, los vertidos, los consumos, los residuos o vibraciones. Se ha evaluado su impacto ambiental junto con las acciones de mejora y se ha realizado el seguimiento oportuno.

Disponemos de un procedimiento que garantiza el acceso, la identificación y las posteriores actualizaciones de la legislación medioambiental.



Proyecciones y objetivos

GdC Beauty Group ha establecido metas claras para avanzar en el uso de materiales sostenibles:

2026

Reducir el consumo en un 2% mediante estudios enfocados en la optimización de formatos.

2028

Alcanzar una reducción acumulada del 5%, con la incorporación de materiales reciclados como Ecozen.

2030

Consolidar una reducción del 10%, implementando el uso exclusivo de papel 100% reciclado.



Comprometidos con la economía circular y los envases sostenibles

Para GdC Beauty Group el paso de una economía lineal a una circular es un paso clave en la mejora y cuidado ambiental, ya que implica una reducción importante de los residuos mediante un aprovechamiento óptimo de los recursos disponible y mediante la gestión responsable y sostenible de los envases.

En este sentido, el fin de vida de los productos y el retorno de sus componentes al ciclo productivo, es un elemento clave de la sostenibilidad para GdC Beauty Group, y uno de los aspectos en los que más esfuerzos concentran.

Gestión de residuos

GdC Beauty Group concede gran importancia a la prevención y eliminación de residuos y se compromete a eliminar de forma responsable los residuos generados. Para ello, define las consideraciones generales a seguir para establecer los métodos y acciones dirigidas a la clasificación, control y gestión cumpliendo la legislación ambiental vigente y la política medioambiental definida respecto a los residuos peligrosos y no peligrosos generados en el desarrollo de su actividad.

Todos los residuos que generamos con nuestra actividad están identificados, clasificados y son tratados por gestores autorizados para la retirada y tratamiento de los mismo.

Durante el ejercicio 2024 el Grupo ha seguido trabajando en desarrollar acciones que contribuyan a la gestión de los residuos, entre las que destacan:

- **Reducción de materiales:** En línea con lo expuesto en el apartado Sostenibilidad en el producto, la disminución del uso de materiales en los productos no solo optimiza recursos, sino que también minimiza la generación de residuos. Cuanto menos consumimos, menor es nuestro impacto en el medio ambiente.
- **Recogida selectiva de residuos:** Implementada desde el año 2000, esta práctica permitió inicialmente una reducción del 35% de residuos enviados a vertedero. Actualmente, se avanza hacia el objetivo de Zero Waste, centrado en recuperar y aprovechar al máximo los residuos generados en nuestras instalaciones. A día de hoy, tres tipologías de residuos ya se han reconvertido en subproductos.

- **Recirculación de componentes:** En colaboración con nuestros proveedores, fomentamos la reutilización de elementos de embalaje, dándoles múltiples ciclos de uso antes de tratarlos como residuos. Por ejemplo, las bandejas que contienen tarros y tapas se recopilan y devuelven al proveedor para su reutilización.
- **Uso de materiales reciclados:** La incorporación creciente de materiales reciclados en los procesos productivos refleja nuestro compromiso con la economía circular.

Todos los residuos generados en nuestras operaciones están identificados, clasificados y gestionados exclusivamente por entidades autorizadas para su correcta retirada y tratamiento.

Durante los ejercicios 2024 y 2023 no se han recibido multas o sanciones relacionadas con la gestión de residuos o con derrames, gracias al estricto cumplimiento normativo y a la buena gestión operativa realizadas desde GdC Beauty Group

La cantidad de residuos peligrosos, principalmente envases plásticos contaminados y lodos, y no peligrosos, principalmente cartón y basura inerte, (mismos residuos principales en el ejercicio 2023) durante los ejercicios finalizados al 31 de diciembre de 2024 y 2023 ha sido la siguiente:

RESIDUOS	Kilogramos					
	2024			2023		
	Destinados a eliminación	Destinados a recuperación	Total	Destinados a eliminación	Destinados a recuperación	Total
Residuos peligrosos	10.398	4.925	15.323	20.492	1.559	22.051
Residuos no peligrosos	740	104.127	104.942	223	66.867	67.090
TOTAL	11.138	109.127	120.265	20.715	68.426	89.141

Durante el ejercicio 2024 GdC Beauty Group ha establecido una serie de objetivos relacionados con la gestión de los residuos para potenciar la reducción de generación de residuos en los próximos ejercicios:

- **2025:** Reducir el residuo total en un 13%.
- **2030:** Alcanzar una reducción acumulada del 15%, mediante la implementación de planes como:
 - Plan de donaciones.
 - Estudio de categorización de residuos.
 - Optimización en la salida de lodos.

Adicionalmente en relación a los residuos gestionados en vertederos se han establecido una serie de objetivos específicos:

- **2026:** Reducir el porcentaje al 30%.
- **2028:** Alcanzar el 60% de recuperación.
- **2030:** Reducir a un 90%, acercándose al objetivo.
- **2035:** Lograr el 100% de recuperación, eliminando por completo el envío de residuos al vertedero.

Entre las acciones destacadas se encuentra la optimización de los displays, lo que ya ha supuesto una reducción de 5,14 toneladas anuales. Este plan refuerza el compromiso de GdC Beauty Group promoviendo una gestión responsable de los recursos y la preservación ambiental.

Compromiso con el cartón sostenible

GdC Beauty Group se ha comprometido a utilizar exclusivamente cartón certificado con el sello FSC (Forest Stewardship Council), asegurando que los materiales provienen de fuentes responsables que preservan los ecosistemas forestales y respetan los derechos de las comunidades locales. Este objetivo cuenta con una hoja de ruta clara para alcanzar un 100% de cartón certificado FSC en 2030, con metas intermedias que demuestran un progreso constante:

- En **2025**, se espera alcanzar un 20% de cartón certificado FSC.
- En **2026**, se proyecta un aumento al 50%.
- Para **2028**, el porcentaje objetivo es del 90%, consolidando gran parte del compromiso.
- Finalmente, en **2030** se alcanzará el 100% de materiales certificados.

Este esfuerzo refuerza el compromiso GdC Beauty Group con la sostenibilidad en sus procesos de producción y empaquetado, promoviendo una gestión responsable de los recursos naturales.

Marcado de envases con fracción de contenedor

GdC Beauty Group ha implementado un sistema de marcado en sus envases que facilita el reciclaje al indicar claramente la fracción de contenedor adecuada para cada material. Este esfuerzo asegura una gestión más eficiente de los residuos y promueve la economía circular, alineándose con los principios de sostenibilidad de la empresa.

El objetivo cuenta con una hoja de ruta definida para alcanzar el 100% de envases marcados con fracción de contenedor en 2026, con avances progresivos establecidos:

- En **2025**, se espera alcanzar un 80% de envases correctamente marcados.
- Para **2026**, el compromiso culminará con un 100% de cumplimiento.

Este sistema no solo optimiza la disposición de residuos, sino que también refuerza el compromiso de la compañía con la responsabilidad ambiental y la concienciación del consumidor.



Envases reciclables y contenido reciclado rPET

GdC Beauty Group está comprometida con la incorporación de envases reciclables y el uso de materiales reciclados, como rPET (tereftalato de polietileno reciclado), en sus procesos de producción. Este enfoque refuerza las prácticas de economía circular, minimizando el impacto ambiental y reduciendo la extracción de nuevos recursos.

El objetivo trazado incluye metas específicas para incrementar el contenido de rPET en los envases:

- En **2025**, se espera que el 25% del contenido en envases PET provenga de materiales reciclados.
- Para **2028**, esta proporción aumentará al 30%, asegurando un progreso continuo hacia la sostenibilidad.

Además, se planea que el 100% de los envases PET sean reciclables para 2030, alineándose con las tendencias globales de sostenibilidad y regulaciones ambientales. Este esfuerzo destaca la importancia de incorporar materiales reciclados y sostenibles en los productos, promoviendo un impacto positivo en el medio ambiente y contribuyendo a un futuro más responsable.



Gestión responsable de los recursos

GdC Beauty Group tiene como objetivo garantizar el equilibrio entre el crecimiento económico y el respeto del medioambiente y de la sociedad. En este sentido, es consciente de que debe poder atender a sus necesidades actuales sin que ello signifique comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas.

Para ello, todos los productos se fabrican teniendo como foco los principios de optimización y eficiencia. El equipo técnico y de laboratorio cuenta con la dedicación, la experiencia y el conocimiento necesario para la producción de productos sostenibles adaptados a las necesidades de los clientes.

Materias primas

GdC Beauty Group, durante los ejercicios 2024 y 2023, ha consumido una amplia variedad de materias primas fundamentales para sus procesos productivos, a continuación, podemos analizar las materias primas consumidas y su correspondiente cantidad y unidad:

MATERIAS PRIMAS (KG)		
Materials	2024	2023
Emoliente	27.728	24.749
Principio Activo	11.944	11.535
Emoliente Vegetal	12.245	11.190
Humectante	9.045	8.955
Emulsionante	9.353	8.632
Conservante	8.390	7.010
Aditivo Reológico	7.570	4.831
Filtro Solar	3.105	3.893
Emoliente Polimético	1.462	3.860
Tensoactivo	3.327	2.895
Espesante	2.782	2.674
Otras	9.129	11.920

Energía

Una de las mayores preocupaciones de GdC Beauty Group es la generación de emisiones de CO2 como consecuencia del consumo de energía. El Grupo es consciente de que, como organización relevante del sector ha de desarrollar acciones encaminadas a reducir su impacto en este respecto.

Durante el ejercicio 2024 GdC Beauty Group ha seguido apostando por la gestión eficaz de los recursos energéticos como prioridad estratégica. En este sentido, el Grupo dispone, entre otras, de:

- Implementación de controles de climatización por zonas y días.
- Instalación de detectores de presencia en áreas estratégicas para regular la iluminación.
- Progresiva sustitución de luminarias por pantallas LED de bajo consumo.
- Optimización continua de los procesos productivos.

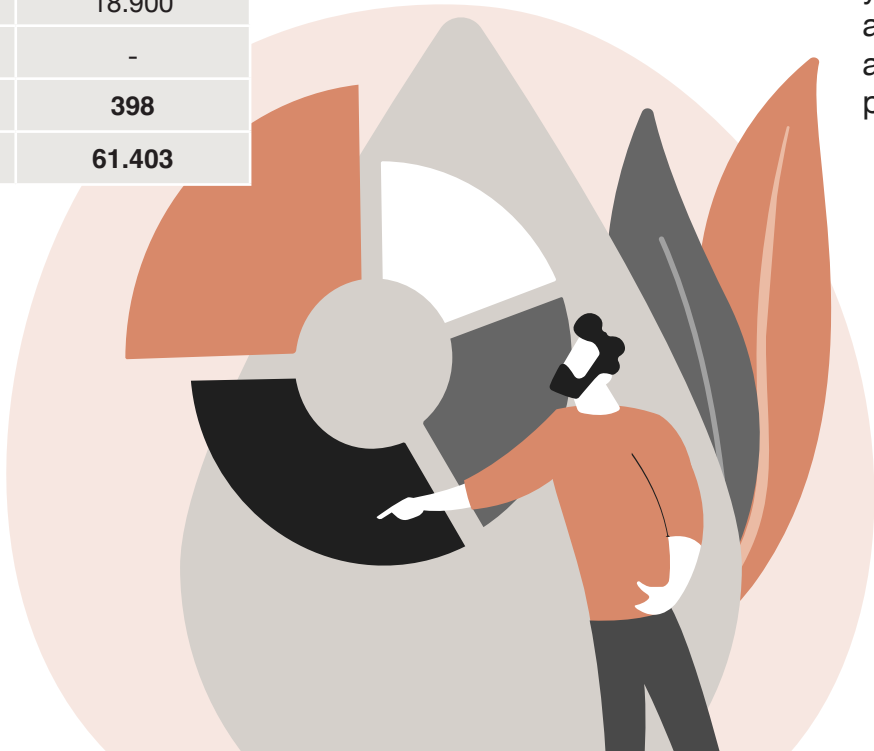
A lo largo de su trayectoria, GdC Beauty Group también ha impulsado iniciativas históricas que han permitido avanzar significativamente en este ámbito, como:

- Revisión de las necesidades térmicas por zona, ajustando los equipos de refrigeración y calefacción según la demanda.
- Aprovechamiento del calor residual del agua caliente sobrante mediante intercambiadores, reduciendo el consumo energético en las calderas.
- Sustitución de la caldera de gasoil por una caldera de gas natural en la planta de fabricación, mejorando la eficiencia y reduciendo las emisiones.
- Instalación de placas solares térmicas desde 2010, lo que ha permitido disminuir el uso de gas natural para calentar el agua.
- Incorporación de sistemas avanzados de control de presencia para evitar el consumo innecesario de electricidad.

El consumo de electricidad, gas natural y combustible para los ejercicios finalizados al 31 de diciembre de 2024 y 2023 ha sido el siguiente:

ENERGÍA		
	2024	2023
Electricidad (MWh)	1.590	1.630
España (KWh)	1.481.807	37.450
Benelux (KWh)	39.093	15,088.40
Inglaterra (KWh)	17.115	15.088
República Dominicana (KWh)	19.420	18.900
USA (KWh)	32.426	-
Gas natural (MWh)	461	398
Combustible (litros)	46.768	61.403

Estas acciones reflejan el compromiso continuo de GdC Beauty Group con la sostenibilidad energética, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y fomentando un futuro más eficiente y respetuoso con el medio ambiente.



Consumo de agua

La utilización de agua se hace intensiva en los procesos productivos del Grupo, utilizándose para dicho fin el 75% del agua consumida, siendo el 25% restante consumo de agua sanitario. El consumo de agua se ha identificado como uno de los riesgos significativos del Grupo, debido al impacto que podría suponer el agotamiento de un recurso natural utilizado en el proceso de producción.

El consumo del agua, procedente en su totalidad de agua de red, durante el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2024 ha sido de 6.436 metros cúbicos (6.486 metros cúbicos en el ejercicio 2023). El Grupo busca reducir a cero los efectos no deseados de sus operaciones en el entorno natural y conservar el agua y otros recursos naturales lo mejor posible.

Además, se realizan esfuerzos continuos en la mejora de procesos de limpieza, descalcificación y tratamiento previo para optimizar el uso del agua y minimizar el consumo, reafirmando así su compromiso con la sostenibilidad y la preservación de los ecosistemas acuáticos.

Emisiones

El Grupo está comprometido con la lucha contra el cambio climático, proponiéndose objetivos para la reducción de sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

Desde 2007, GdC Beauty Group mantiene la certificación CO2Zero, que garantiza no solo la medición, sino también la compensación de sus emisiones netas de carbono. Este reconocimiento refuerza su compromiso con la gestión responsable de sus emisiones directas, indirectas relacionadas con la energía y otras emisiones indirectas, así como con la reducción progresiva de las mismas. Este liderazgo continúa posicionando al Grupo como referente en la lucha contra el cambio climático.

Las emisiones del ejercicio 2024 calculadas a partir del consumo energético global del Grupo indicado en apartados anteriores considerando el factor de emisión energético aplicable en cada país en el que opera el Grupo, para cada tipología de consumo energético, han ascendido a 105 toneladas de CO2 de alcance 1 y 180 toneladas de CO2 de alcance 2 (211 y 204 toneladas de CO2, respectivamente, en el ejercicio 2023).

El alcance 1 incluye las emisiones de todos los focos directos de combustión, fundamentalmente gas natural y gasoil, y el alcance 2 incluye las emisiones asociadas a consumo de energía, fundamentalmente, electricidad.

La GdC Beauty Group refuerza su compromiso con la sostenibilidad a través del cálculo y la reducción progresiva de su huella de carbono. Actualmente, se monitorizan las emisiones de Alcance 1 y 2, con un enfoque en ampliar las mediciones hacia el Alcance 3 a nivel de grupo en los próximos ejercicios.

Para cumplir con los objetivos en materia de emisiones del Grupo se han implementado las siguientes iniciativas:

- Cambio de luminarias a LED, contribuyendo a una disminución significativa en el consumo energético.

- Sustitución de aires acondicionados por sistemas más eficientes.

Estudio continuo de reducción por cambios en formatos, optimizando los diseños para minimizar emisiones asociadas.

Estos esfuerzos demuestran el compromiso del Grupo con la sostenibilidad, alineándose con los objetivos globales para mitigar el cambio climático y fomentar un futuro más responsable.

Nuestra contribución al desarrollo sostenible

Promoción de la biodiversidad y protección del entorno

GdC Beauty Group refuerza su compromiso con la conservación de la biodiversidad mediante acciones alineadas con el Convenio sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre (CITES). Actualmente, la compañía garantiza que ninguna de sus materias primas proviene de especies incluidas en el listado de este convenio, priorizando prácticas responsables en toda su cadena de suministro.

GdC Beauty Group no produce contaminación acústica ni vibraciones según informe oficial de OCA.

Proyecciones y Objetivos para 2025

De cara a 2025, GdC Beauty Group se compromete a:

- Realizar estudios de materias primas preocupantes, identificando aquellas que podrían representar un riesgo para la biodiversidad dentro del Comité Técnico.
- Desarrollar proyectos de reforestación, contribuyendo activamente a la regeneración de ecosistemas y la mitigación del cambio climático.

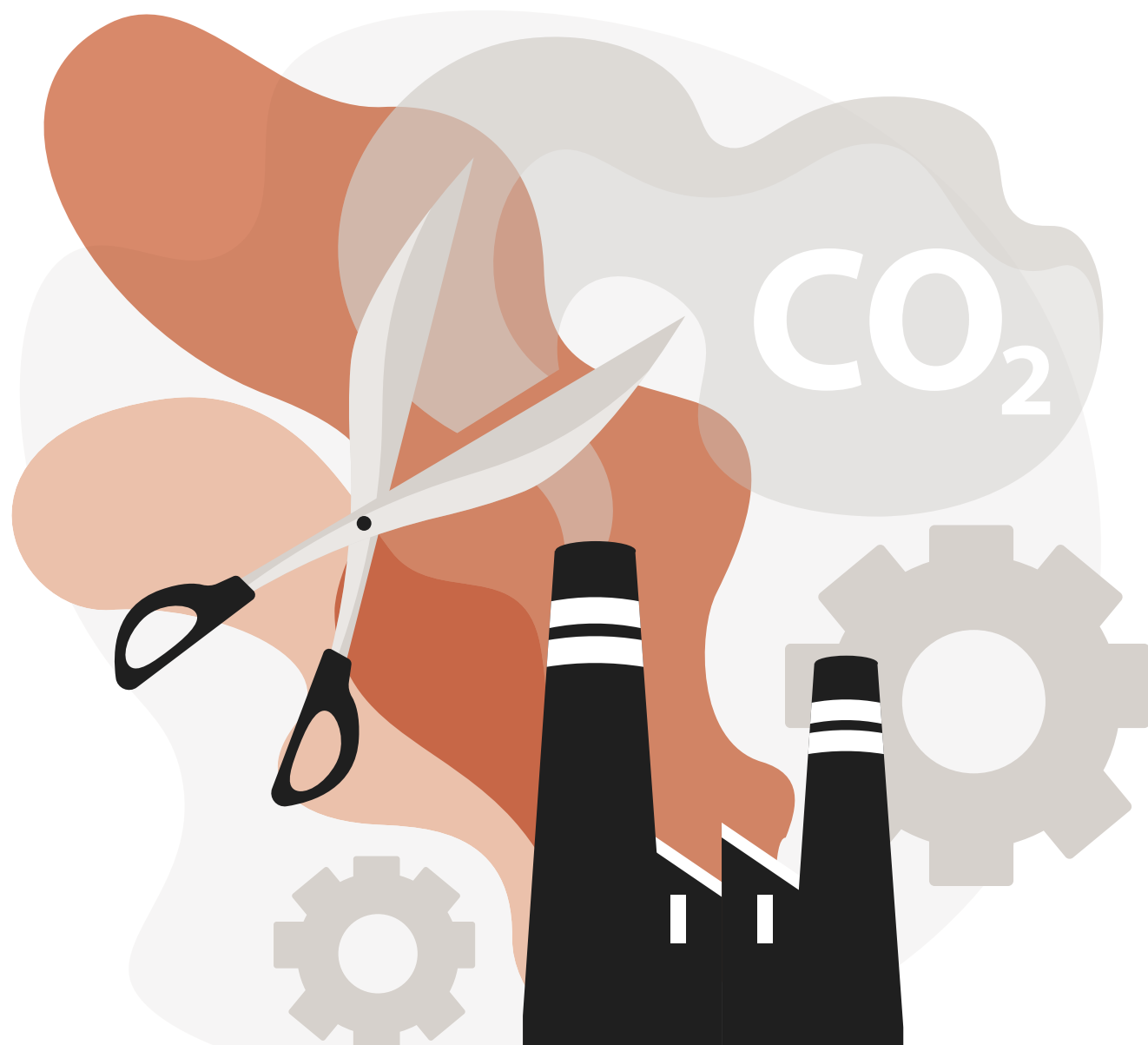
Acciones relacionadas con el clima

Proyecto Symsites, uniendo lo Industrial y lo Urbano para un Futuro Sostenible

GdC Beauty Group reafirma su compromiso con la sostenibilidad de los recursos, la economía circular y el cuidado del medio ambiente a través de su participación activa en Symsites, un proyecto liderado por AITEX en el EcoSite Español. Esta iniciativa busca aprovechar las aguas residuales provenientes de los procesos de fabricación cosmética, tratándolas mediante tecnologías innovadoras para su reutilización y la generación de subproductos valiosos.

El principal objetivo de Symsites es la valorización de residuos industriales y municipales, transformándolos en agua, energía y materias primas reutilizables para nuevos procesos productivos. Se prevé una reducción del 50% en la generación de residuos industriales, lo que representa un importante avance hacia la minimización de desechos y la eficiencia en el uso de recursos.

Además, el proyecto aborda las barreras no tecnológicas que dificultan la simbiosis interempresarial, fomentando la colaboración efectiva entre distintas compañías y sectores. En el ámbito medioambiental, Symsites se centra en reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, minimizar los vertidos de agua y



valorizar el 70% de la energía, contribuyendo significativamente a la lucha contra el cambio climático y al uso sostenible de los recursos hídricos y energéticos.

Desde una perspectiva económica, este proyecto tiene un importante impacto positivo, con la previsión de generar empleo para 100 trabajadores directos y 400 indirectos, fortaleciendo la economía local y regional.

Contribución de GdC Beauty Group

GdC Beauty Group aporta su experiencia en el tratamiento de aguas residuales derivadas de la fabricación de cosméticos, utilizando tecnologías innovadoras para su reutilización y la obtención de subproductos. En particular, la compañía se centra en la depuración de aguas con alta carga orgánica, optimizando su tratamiento mediante el uso de un Bioreactor de membranas anaerobio (AnMBR) instalado en el EcoSite de la EDAR de Alcoy. Además, investiga la calidad del agua tratada para asegurar su compatibilidad con los estándares de la industria cosmética y para generar productos de alto valor añadido, como moléculas plataforma o carbones activados funcionalizados.

Fases del Proyecto Symsites

El proyecto se estructura en cuatro fases principales, que reflejan el enfoque integral del programa:

Valorización de residuos líquidos y sólidos: Transformación de subproductos y desechos en materiales útiles.

Optimización de aguas residuales: Mejora de procesos de tratamiento para maximizar la reutilización.

Generación de energía y materias primas: Conversión de residuos en energía limpia y materiales aplicables a nuevos procesos productivos.

Promoción de la simbiosis industrial: Implementación de un sistema colaborativo interempresarial que facilite la economía circular.

Resultados y Proyecciones del Proyecto Symsites

GdC Beauty Group, como parte del Proyecto Symsites, ha logrado importantes avances en la gestión sostenible del agua, destacando una reducción acumulada del 42,6% en el consumo de agua durante los últimos cinco años. Este esfuerzo se enmarca en una estrategia a largo plazo que incluye objetivos claros para los próximos años:

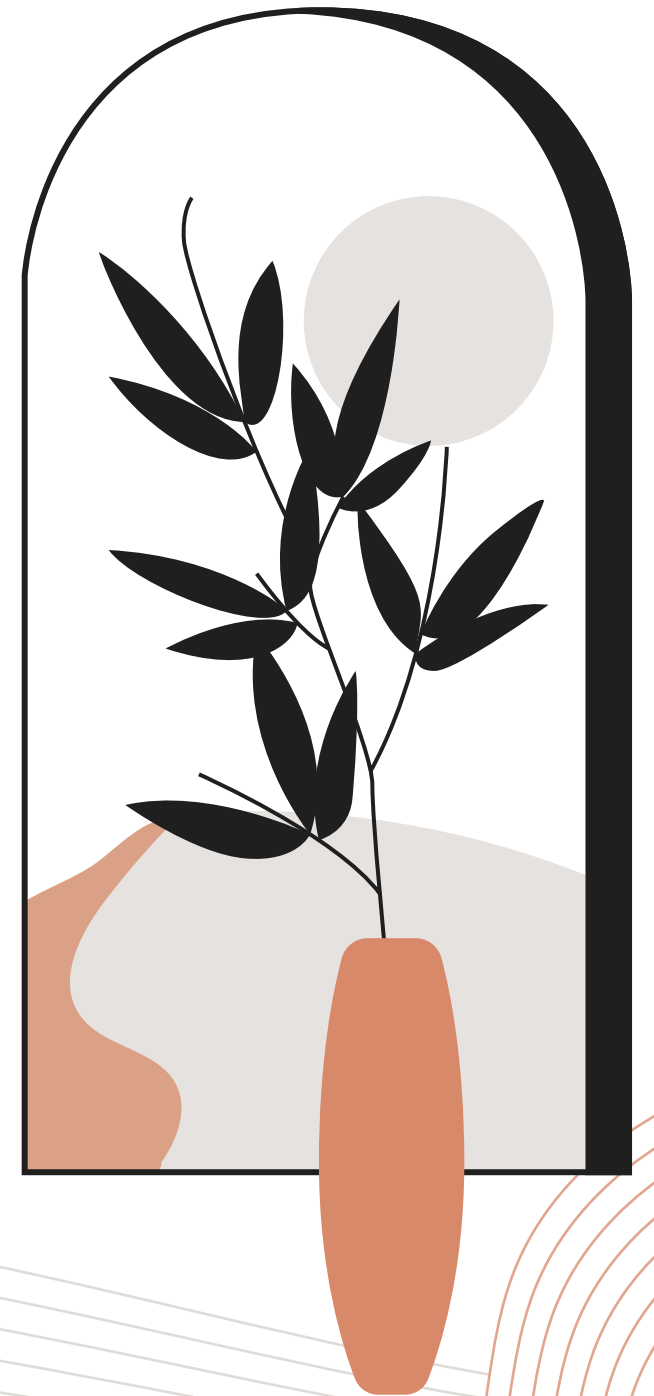
- **2026:** Alcanzar una reducción adicional del consumo del 15% gracias a estudios específicos sobre la reutilización de aguas grises y la optimización de procesos hídricos.
- **2028:** Consolidar una reducción acumulada del 25%, estableciendo límites específicos de consumo por uso de las instalaciones y adoptando medidas tecnológicas avanzadas para optimizar los recursos.

El enfoque integral del proyecto se centra en transformar los desafíos del consumo de agua en oportunidades para implementar procesos más sostenibles y eficientes, garantizando una gestión responsable del agua en todas las etapas de la producción.

Proyecto de circularidad de envases

El objetivo general del proyecto es incorporar poliolefinas recicladas (Polietileno y Polipropileno) procedentes de envases posconsumo de los productos cosméticos de la empresa Germaine de Capuccini, considerando y caracterizando los aspectos que aseguren la seguridad y aptitud de los envases que se generen.

Para esto se simulará en un entorno relevante el proceso de reciclado de envases a partir de residuos de envases provenientes de los centros de belleza colaboradores de la empresa Germaine de Capuccini, evaluando la aptitud de este material para el envasado de distintos productos cosméticos.



Social: impacto en las personas y el entorno

El capital humano, nuestro mayor recurso

Las personas son uno de los pilares más importantes para GdC Beauty Group. Por eso nuestras políticas de gestión se basan en tres objetivos globales de las que parten todas las actuaciones a nivel social en nuestra compañía, alineadas con los valores corporativos y la legislación vigente actual.

Experiencia del empleado

CULTURA CORPORATIVA Y CALIDAD DEL EMPLEO

Promover un empleo duradero y de alta calidad, centrado en el fortalecimiento continuo de las habilidades y capacidades de los empleados. Esto abarca no solo la creación de puestos de trabajo estables y justos, sino también la creación de un entorno que impulse el aprendizaje constante, la formación profesional y el desarrollo dentro de la empresa.

Todas las personas que llegan a una de las empresas del grupo tienen la obligación de realizar la formación en materia de salud y prevención y las formaciones pertinentes a su

puesto de trabajo, conocida como formación onboarding o plan de acogida de nuevos trabajadores.

En estos primeros días conocen el grupo, los valores y cultura corporativa, la historia de las marcas y también realizan formación específica en cada una de las líneas de productos con las áreas de Educación y Desarrollo, además de las que les corresponden en su itinerario formativo por área.

También pueden acceder a clases de inglés de forma online y, desde el 2024, hemos implantado las mentorías Inversas. Se trata de charlas online sobre materias impartidas por otros departamentos para poder ampliar conocimientos en áreas que no son de su primera competencia (como Protección de los Derechos de Imagen, Facebook Ads,

Amazon, Redes Sociales, entre otras) pero sí son necesarias para comprender el proceso de transformación de la compañía.

Todos los cursos impartidos obedecen a necesidades de formación identificadas en la plantilla y han supuesto durante los ejercicios 2024 y 2023 las siguientes horas por categoría profesional:

HORAS		
	2024	2023
Mandos intermedios y personal técnico	3.229	2.488
Administración y comercial	1.387	352
Producción	380	275
TOTAL	4.996	3.115

Convenios colectivos

Durante los ejercicios 2024 y 2023 el 100% de los empleados del Grupo en España están cubiertos por los citados convenios colectivos, citados a continuación. Convenio laboral de las empresas y personas trabajadoras de perfumerías y afines.

- Convenio colectivo estatal para el sector de mayoristas e importadores de productos químicos, industriales y de droguería, perfumería y anexos.
- Convenio colectivo general de la industria química.

En cuanto al resto de filiales y sociedades del Grupo, las mismas se rigen por las normas relativas al diálogo social de cada uno de los países en los que opera.

Conciliación laboral

Durante 2024 hemos ampliado las medidas para favorecer la conciliación entre la vida personal y profesional. Se ha implantado la Política de Desconexión Digital.

En el citado documento definimos las formas en que se garantiza el derecho a la desconexión digital y promovemos acciones de formación y sensibilización sobre el uso responsable de las herramientas tecnológicas.

Nuestro objetivo es prevenir el riesgo de fatiga informática y facilitar la conciliación entre la vida personal, familiar y laboral de toda la plantilla del grupo.

A nivel general, el compromiso con la conciliación se manifiesta en las siguientes acciones:

- **Flexibilidad horaria:** Desde los inicios del grupo, la flexibilidad horaria siempre ha sido una bandera que ha caracterizado a las empresas del grupo. La flexibilidad horaria ofrece a toda nuestra plantilla de oficinas la posibilidad de ajustar sus horarios de entrada y salida según sus necesidades.
- **Teletrabajo o trabajo a distancia:** En GdC Beauty Group ofrecemos la opción de trabajar desde casa, a aquellos puestos cuyo desempeño lo permita. Los

puestos de trabajo híbridos en remoto (y asistencia presencial esporádica determinados días al mes) ha sido una constante en España para no limitar la captación de talento. Cada área coordina con su responsable la planificación de los días de teletrabajo, adaptándose a las necesidades de cada equipo.

- **Jornada intensiva:** El Comité de empresa es el órgano encargado de negociar anualmente medidas como la jornada intensiva. En 2024 y 2023 los y las trabajadoras de GdC Beauty Group disfrutaron de manera permanente los viernes de una jornada intensiva de 8 a 15.00 h, así como también se aplicó al periodo estival (julio y la primera semana de agosto).
- **Permisos por nacimiento de hijos:** Dentro de las medidas de conciliación contempladas por la legislación vigente, los permisos parentales juegan un papel fundamental en la corresponsabilidad de la crianza de los hijos e hijas. Nuestros empleados y empleadas disfrutaron de los permisos parentales conforme a lo establecido por la ley, y, además, las empresas del grupo ofrecen una semana adicional a lo estipulado en el convenio, sin hacer distinciones entre personal temporal e indefinido. En el ejercicio 2024, 5 mujeres y 1 hombre (5 mujeres en el ejercicio 2023) se han acogido a estos permisos sin restricciones y favoreciendo el regreso al trabajo.





Bienestar y salud

GdC Beauty Group tiene el compromiso y el objetivo permanente respecto a la prevención de riesgos laborales de integrar la prevención en el proceso productivo. Definimos nuestra política y actuamos en prevención como una herramienta esencial para obtener una adecuada protección de los y las trabajadoras, así como evitar los daños humanos y materiales que se puedan producir. Por consiguiente, el compromiso y bienestar del personal en el ámbito de la seguridad y la salud laboral pasa a ser una de las líneas prioritarias en la gestión de personas.

El plan de prevención de GdC Beauty Group cubre a todas las plantillas del grupo, incluidas las sedes de Madrid y Barcelona ya que, contamos con el mismo servicio de prevención. Este informe no recoge la información de las filiales de otros países, pero en esta cuestión, GdC Beauty Group tiene muy en cuenta la normativa de cada país en materia de protección de trabajadores.

Además, más allá del compromiso legislativo contamos con la certificación ISO 22716: 2008 de Buenas Prácticas en la Fabricación de la industria cosmética que en lo respecta al personal, define los requisitos para producir, controlar y almacenar productos cosméticos, por tanto, aspectos que están condicionados a la salud y seguridad.

La prevención de Riesgos laborales para GdC Beauty Group es una tarea que conlleva 3 líneas claves:

- Liderazgo por parte de la Dirección y los mandos intermedios;
- Aceptación y ejecución de los procedimientos y pautas por parte de los y las operarias
- Por último, identificación de las posibles mejoras para conseguir que los puestos de trabajo sean cada vez más seguros

Por todo ello, GdC Beauty Group se compromete a proporcionar los recursos adecuados del Sistema de Gestión integrada de prevención de Riesgos laborales, a difundirlo a todo el personal y a exigir su cumplimiento.

Para la consecución de estos objetivos, la formación en materia de prevención es esencial. Es impartida a través de un servicio de prevención ajeno, según la programación anual entregada y consensuada con la empresa y a la que pueden asistir los y las trabajadoras.

Para garantizar prácticas seguras de trabajo GdC Beauty Group facilita las fichas de información de riesgos existentes en su puesto de trabajo, así como las normas de seguridad de máquinas,

fichas de seguridad de productos químicos y folletos de los equipos de protección a utilizar, informando antes de la incorporación al puesto de trabajo a las nuevas contrataciones, a los trabajadores que cambien de puesto de trabajo e incluso a los trabajadores de las subcontratas. Del mismo modo, la empresa y por ende el Grupo, se responsabiliza también de facilitar los equipos de protección, el manual de uso de estos y cuidando el mantenimiento.

La vigilancia de la salud de todos los trabajadores tanto hombres como mujeres, es llevada a cabo a través del servicio de prevención, según el plan de vigilancia de la salud con una programación, periodicidad y protocolos específicos y con la ejecución de los exámenes de salud específicos por puesto de trabajo.

Los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales durante los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y 2023 han sido los siguientes:

	2024		2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Nº de accidentes de trabajo con baja	5	2	2	-
Nº de enfermedades profesionales	-	1	-	-
Índice de frecuencia	53,56	7,48	18,76	-
Índice de gravedad	1,56	0,22	0,24	-

En cuanto al número total de horas de absentismo del Grupo durante el ejercicio 2024, estas han ascendido a 13.456 horas (16.984 horas en el ejercicio 2023).

GdC Beauty Group cuenta con un comité de seguridad y salud donde hay 3 personas representantes de los trabajadores y 3 representantes por parte del Grupo.

Por otra parte, GdC Beauty Group cuenta con un protocolo ante la violencia laboral que contempla medidas que son necesarias para prevenir, evitar o eliminar cualquier tipo de acoso laboral en las empresas del grupo, sea este acoso por razón de sexo, acoso sexual o acoso moral.

Además de todo esto, el respeto a la privacidad de los empleados de GdC Beauty Group es muy importante para nosotros. Cada empleado es informado sobre el uso que la empresa va a hacer de sus datos personales y consiente o no expresamente que, eventualmente, su nombre o imagen pueda ser publicado por motivos relacionados con su puesto de trabajo o con su pertenencia al grupo.

Inclusión, diversidad e igualdad de oportunidades

WOMAN POWERING COMPANY

El compromiso con la igualdad de género es parte fundamental de nuestra esencia. Somos una empresa con un gran liderazgo femenino y apostamos por el equilibrio en nuestros equipos, promoviendo espacios de trabajo donde prevalezca la igualdad de género y llevando a cabo acciones concretas para fomentarla.

- Promover la igualdad real y efectiva en el ámbito laboral.
- Incorporar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la estructura de la empresa como un principio básico y transversal.
- Mejorar el grado de madurez de la cultura de GERMAINE DE CAPUCCINI, S.A.U.
- Desarrollar la gestión de las personas empleadas de la organización.

- Favorecer las prácticas de conciliación y corresponsabilidad de la vida personal, familiar y laboral.
- Impulsar una gestión participativa, transparente y abierta.
- Permitir definir las necesidades para evitar, corregir y prevenir los obstáculos y dificultades existentes o que pudieran producirse en aras a garantizar la igualdad retributiva, y asegurar la transparencia y el seguimiento de dicho sistema retributivo.

Durante los ejercicios 2024 y 2023 no se han identificado riesgos relevantes en el ámbito de la igualdad, no habiéndose recibido denuncias en relación con el citado ámbito.

Cómo es nuestra plantilla

El número total y distribución de personas trabajadoras por países al 31 de diciembre de 2024 y 2023 es el siguiente:

NÚMERO DE EMPLEADOS		
	2024	2023
España	196	193
Bélgica	21	22
Colombia	14	13
Estados Unidos	10	13
Italia	10	12
Reino Unido	20	19
República Dominicana	17	14
TOTAL	288	286



El número y distribución de personas trabajadoras del Grupo, al 31 de diciembre de 2024 y 2023 por clasificación profesional, género y edad es el siguiente:

Ejercicio 2024	NÚMERO DE EMPLEADOS					
	Hombres	Mujeres	<35	35-50	>50	TOTAL
Dirección	1	2	-	2	1	3
Mandos intermedios y personal técnico	29	96	29	58	38	125
Administración y comercial	11	92	21	58	24	103
Producción	20	37	6	21	30	57
Total	61	227	56	139	93	288

Ejercicio 2023	NÚMERO DE EMPLEADOS					
	Hombres	Mujeres	<35	35-50	>50	TOTAL
Dirección	2	3	-	3	2	5
Mandos intermedios y personal técnico	26	97	24	61	38	123
Administración y comercial	12	89	24	53	24	101
Producción	18	39	7	20	30	57
Total	58	228	55	137	94	286

El número total y distribución de personas trabajadoras del Grupo, al 31 de diciembre de 2024 y 2023 por tipo de contrato, género, edad y categoría profesional es el siguiente:

Ejercicio 2024	NÚMERO DE EMPLEADOS					
	Hombres	Mujeres	<35	35-50	>50	TOTAL
Indefinido	60	220	56	136	88	280
Temporal	1	7	-	3	5	8
Total	61	227	56	139	93	288

Ejercicio 2024	NÚMERO DE EMPLEADOS		
	Indefinido	Temporal	Total
Dirección	3	-	3
Mandos intermedios y personal técnico	125	-	125
Administración y comercial	99	4	103
Producción	53	4	57
Total	280	8	288

Ejercicio 2023	NÚMERO DE EMPLEADOS					
	Hombres	Mujeres	<35	35-50	>50	TOTAL
Indefinido	57	215	51	133	88	272
Temporal	1	13	4	4	6	14
Total	58	228	55	137	94	286

Ejercicio 2023	NÚMERO DE EMPLEADOS		
	Indefinido	Temporal	Total
Dirección	5	-	5
Mandos intermedios y personal técnico	122	1	123
Administración y comercial	91	10	101
Producción	54	3	57
Total	272	14	286

El promedio anual de personas trabajadoras del Grupo de los ejercicios 2024 y 2023 por tipo de contrato, género, edad y categoría profesional es el siguiente:

Ejercicio 2024	PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS (%)					
	Hombres	Mujeres	<35	35-50	>50	TOTAL
Indefinido	21%	76%	21%	46%	30%	97%
Temporal	-	3%	-	2%	1%	3%
Total	21%	79%	21%	48%	31%	100%

Ejercicio 2024	PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS (%)		
	Indefinido	Temporal	Total
Dirección	1%	1%	2%
Mandos intermedios y personal técnico	35%	-	35%
Administración y comercial	43%	1%	44%
Producción	18%	1%	19%
Total	97%	3%	100%

Ejercicio 2023	PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS (%)					
	Hombres	Mujeres	<35	35-50	>50	TOTAL
Indefinido	22%	76%	18%	48%	32%	98%
Temporal	-	2%	-	1%	1%	2%
Total	22%	78%	18%	49%	33%	100%

Ejercicio 2023	PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS (%)		
	Indefinido	Temporal	Total
Dirección	2%	-	2%
Mandos intermedios y personal técnico	46%	-	46%
Administración y comercial	31%	1%	32%
Producción	19%	1%	20%
Total	98%	2%	100%

Durante los ejercicios 2024 y 2023 el promedio de personas trabajadoras a jornada completa y parcial por género, edad y categoría profesional es el siguiente:

Ejercicio 2024	PROMEDIO ANUAL (%)					
	Hombres	Mujeres	<35	35-50	>50	TOTAL
Completa	20%	68%	19%	43%	26%	88%
Parcial	1%	11%	2%	5%	5%	12%
Total	21%	79%	21%	48%	31%	100%

Ejercicio 2024	PROMEDIO ANUAL (%)		
	Completa	Parcial	Total
Dirección	1%	-	1%
Mandos intermedios y personal técnico	40%	3%	43%
Administración y comercial	30%	7%	37%
Producción	17%	2%	19%
Total	88%	12%	100%

Ejercicio 2023	PROMEDIO ANUAL (%)					
	Hombres	Mujeres	<35	35-50	>50	TOTAL
Completa	22%	67%	16%	43%	30%	89%
Parcial	1%	10%	1%	6%	4%	11%
Total	23%	77%	17%	49%	34%	100%

Ejercicio 2023	PROMEDIO ANUAL (%)		
	Completa	Parcial	Total
Dirección	2%	-	2%
Mandos intermedios y personal técnico	43%	3%	46%
Administración y comercial	26%	6%	32%
Producción	18%	2%	20%
Total	89%	11%	100%

La brecha salarial del Grupo por categorías profesionales homogéneas se ha calculado considerando la diferencia de las remuneraciones medias entre mujeres y hombres, expresada como un porcentaje sobre la remuneración media de los hombres.

Dada la heterogénea distribución de las personas trabajadoras de cada género entre las distintas categorías profesionales, su antigüedad en el Grupo, así como, de la aplicación de la fórmula de cálculo anteriormente descrita, la brecha salarial agregada en los ejercicios 2024 y 2023 ha sido de un 20% y 23%, no existiendo diferencia significativa entre la retribución salarial percibida por hombres y mujeres en puestos de trabajo equivalentes.

Durante los ejercicios 2024 y 2023, los administradores de Mandor Investments, S.L. no han percibido remuneraciones en concepto

de pertenencia al consejo de administración. Al cierre de los ejercicios 2024 y 2023 el consejo de administración de la citada sociedad ha estado formado por cinco personas físicas hombres y una persona jurídica representada por un hombre (misma composición durante el ejercicio 2023).

Adicionalmente, la relación existente entre el salario mínimo retribuido por el GdC Beauty Group y el salario mínimo interprofesional durante el ejercicio 2024 y 2023 es superior a la unidad en España, es decir, por encima del salario mínimo establecido por la normativa vigente, comprometiéndose el Grupo, en el resto de las filiales, a respetar la normativa local en vigor tanto a nivel de convenios como a nivel de acuerdos vinculados con el establecimiento de un salario mínimo local.

Durante los ejercicios 2024 y 2023, el Grupo cuenta con las siguientes personas trabajadoras con capacidades diversas, desglosadas por categoría y género:

Ejercicio 2024	2024			2023		
	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Mandos intermedios y personal técnico	1	-	1	-	-	-
Administración y comercial	1	1	2	1	1	2
Total	2	1	3	1	1	2



Relación con nuestros clientes

LA FORMACIÓN COMO NEXO DE UNIÓN EN EL CANAL PROFESIONAL

En manos de nuestras expertas, el cuidado del rostro y el cuerpo se convierte en un auténtico ritual de belleza, haciendo que la experiencia Germaine pueda disfrutarse de igual manera en cualquier rincón del mundo.

Por eso, GdC Beauty Group proporciona herramientas y acompañamiento continuo a miles de profesionales para que su negocio siga creciendo, innovando, sorprendiendo y ofreciendo calidad y eficacia a sus clientas.

Un legado que se transmite entre generaciones a través de una formación constante para elevar la profesión de esteticista a la máxima potencia como vía de realización profesional y personal. La compañía ofrece cursos de formación reglada a lo largo del año en todas sus sedes y oficinas alrededor del mundo.

En este sentido, en 2024, en GdC Beauty Group se llevaron a cabo diversas formaciones dirigidas a nuestros clientes, con el objetivo de fortalecer su conocimiento y competencias en áreas clave. Entre estas, destacaron:

- **Formación en las líneas Timexpert y Expert Lab:** enfocada en los tratamientos del grupo y sus beneficios específicos.
- **Formación New Now:** orientada a los nuevos lanzamientos y actualizaciones del portafolio del grupo.
- **Pro-Dem:** centrada en el método adecuado de aplicación de los tratamientos profesionales en combinación con el uso de nuestros dispositivos de tecnología avanzada para maximizar su efectividad.
- **Skin & Business Master:** cursos especializados en áreas clave para el desarrollo profesional en estética, las últimas tendencias del mercado y su impacto en el desarrollo estratégico del negocio.

Estas formaciones reflejan el compromiso del grupo por ofrecer valor a sus clientes, proporcionándoles herramientas y conocimientos para responder a las demandas del mercado.

COMPROMISO CON EL
CLIENTE FINAL

GESTIÓN DE LAS RECLAMACIONES

El compromiso ESG de GdC Beauty Group se refleja también en el trato que tiene con sus clientes y con los consumidores. Para garantizar la seguridad de los productos se ponen en marcha los mecanismos necesarios durante todo el flujo de desarrollo del producto y también en la gestión de las reclamaciones para siempre continuar mejorando la calidad.

Durante 2024 se atendieron un total de 2.759 reclamaciones relacionadas contenido y continente. Esto supone una incidencia del 0,071 % sobre el total de unidades vendidas (0,058% en el ejercicio 2023).



Nuestros proveedores

Durante el ejercicio 2024 hemos trabajado con 246 proveedores (155 en el ejercicio 2023), de los cuales 132 son nacionales (60 en el ejercicio 2023), y de estos 70 son proveedores locales, procedentes de menos de 100 Km (19 en el ejercicio 2023) y 9 regionales, procedentes entre 100 y 200 km de distancia (4 en el ejercicio 2023).

En la siguiente tabla hemos establecido la clasificación que utilizamos entre proveedores de materiales auxiliares y materias primas vinculado a su procedencia y al porcentaje que representan:

	Materiales auxiliares	% proveedores de materiales auxiliares	Materias primas	% del total de proveedores de materias primas	Otros	% del total de proveedores de otros
Locales (zona de comarca, aprox. a una distancia menor de 100km.)	54	22%	7	3%	9	4%
Regionales (zona de región, aprox. a una distancia entre 100 y 200 km.)	3	1%	1	0%	5	2%
Nacionales	66	27%	55	23%	11	4%
Europeos	26	11%	6	2%	0	0%
Resto del mundo	3	1%	0	0%	0	0%

GdC Beauty Group realiza una evaluación de sus proveedores que aplica principales a aquellos que suministran productos o servicios con requisitos específicos y con incidencia directa sobre la calidad, quedando fuera de su aplicación los proveedores de otros productos auxiliares con escasa criticidad. Esta evaluación se realiza según las entradas y datos anuales, obteniéndose una puntuación para cada uno de ellos. La práctica totalidad de las compras durante los ejercicios 2024 y 2023 se han realizado en territorio nacional.

Responsabilidad social corporativa

Para GdC Beauty Group la inversión social es un compromiso que nos permite maximizar el objetivo de cuidar a las personas, más allá de nuestra organización.

Nuestra **Responsabilidad Social Corporativa** se basa en apoyar a colectivos que necesitan nuestro compromiso para poder llevar a cabo sus proyectos.

LUCHA CONTRA EL CÁNCER

APOYAMOS A JÓVENES INVESTIGADORES CON RUN CANCER

En 2024, patrocinamos por **sexto año consecutivo** el circuito de la Asociación Contra El Cáncer en la Comunidad Valenciana, donde solidaridad y deporte se unen por un mismo objetivo: financiar proyectos de investigación oncológica.

En esta ocasión, en la carrera más multitudinaria de Valencia con más de 12.000 corredores contamos con un stand donde brindamos asesoramiento especializado sobre productos aptos para procesos oncológicos, entregamos muestras y ofrecimos a algunos participantes la oportunidad de probar tratamientos faciales exprés.

Donación: 15.000 euros anuales y 12.000 producto para las ediciones de la Carrera en Valencia y Alcudia, además de otras donaciones para sus actividades.

CONTRIBUYENDO A LA HUMANIZACIÓN DE LA SANIDAD

FUNDACIÓN STANPA

Parte del equipo de Asesoría Técnica de forma voluntaria colabora con la fundación Stanpa, Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética, en los talleres que se imparten a nivel nacional en diferentes hospitales, con el único fin de ayudar a las mujeres con cáncer a recuperar su imagen posiblemente trastocada por los efectos secundarios del tratamiento oncológico mediante talleres centrados en el cuidado de la piel y el uso del maquillaje.

Más de 17.000 personas han participado, en 71 hospitales públicos adheridos con 90 voluntarios.

La donación en producto ha sido por valor de 15.000 euros.

CONCIENCIACIÓN EN LA DIVERSIDAD

FUNDACIÓN ADECCO

Gracias a la colaboración con la Fundación Adecco, hemos podido sensibilizar a nuestros empleados sobre la realidad que enfrentan millones de personas con discapacidad en todo el mundo, participando en sus Encuentros por la Diversidad. Asimismo, tuvimos la oportunidad de sumarnos a una actividad de voluntariado para plantar un huerto en Alcoy, fomentando la inclusión y el compromiso social.

ONCE ALICANTE

Con el fin de promover la inclusión y la autonomía de las personas con discapacidad visual, el grupo incorpora Braille en español e inglés en el embalaje de sus productos de venta al por menor desde el año 2000.

COMPROMISO POR LA IGUALDAD A TRAVÉS DEL DEPORTE FEMENINO

LEVANTE UD FEMENINO

Como Platinum Sponsor del primer equipo femenino del Club, apoyamos a la mujer en el entorno profesional, reflejando los valores compartidos con el deporte, como el trabajo en equipo, el esfuerzo, la innovación y el espíritu de superación.

A lo largo de 5 temporadas de patrocinio, hemos impulsado diversas iniciativas, vinculadas al equipo femenino del Levante UD, como conferencias de concienciación dirigidas a las jugadoras, acciones con los socios del Club masculino y femenino, y jornadas de convivencia deportiva, asistiendo a los partidos de los equipos femeninos locales, entre otros proyectos.

Patrocinio: 30.000 euros anuales.





COMUNIDADES LOCALES, LA FUERZA DE LA CERCANÍA

FUNDACIÓN ALADINA

Cada año, colaboramos con el mercadillo solidario donando productos para apoyar la recaudación de fondos. La Fundación Aladina es una organización española dedicada a brindar apoyo a niños y adolescentes con cáncer, así como a sus familias.

GALA SOLIDARIA PEOPLE IN RED

GdC Beauty Group participó en la rifa solidaria durante la decimocuarta edición de People In Red, celebrada en Barcelona, un evento que se vistió de rojo para recaudar fondos destinados a la investigación científica de la Fundación Lucha contra las Infecciones, una entidad sin ánimo de lucro dedicada a la investigación, tratamiento y cura de las infecciones.

DONA BELLEZA

En 2024, se celebró la segunda edición de “Dona Belleza” en Granada, una iniciativa liderada por una de nuestras expertas en la capital andaluza. En esta ocasión, 30 profesionales de la estética y la belleza se unieron para ofrecer tratamientos gratuitos y especializados a 42 pacientes oncológicos en el centro Alanís Germaine de Capuccini. Este evento es un claro reflejo del compromiso del sector de la estética profesional con la comunidad y de la empatía hacia quienes enfrentan la enfermedad.

Mediante los protocolos avanzados del programa Oncobeauty Innova, la iniciativa busca proporcionar momentos de autocuidado que favorezcan el bienestar emocional y psicológico.



Gobernanza: una compañía con propósito

COMPLIANCE & ÉTICA

Nos comprometemos firmemente con la ética empresarial, fundamentada en los valores de nuestro grupo. Consideramos esencial el respeto a los principios y estándares que apoyan nuestro compromiso con la sostenibilidad y la construcción de una cultura ética dentro de nuestras empresas a largo plazo.

Por eso, se ha aprobado en 2024 el Código Ético, en proceso de publicación. Este documento recopila todas las pautas de comportamiento que deben seguir las personas profesionales y empleadas, asegurando que comprendan las implicaciones, privilegios y responsabilidades que conlleva formar parte de GdC Beauty Group. En particular, el código contiene las normas que guían, orientan y regulan el comportamiento y las actividades diarias del personal.

En el proceso de identificación de riesgos penales, se han identificado los siguientes riesgos inherentes a la actividad que desarrollamos:

- Violación de la intimidad personal y familiar
- Estafa
- Insolvencias punibles
- Delitos contra la propiedad intelectual e industrial

- Daños informáticos
- Revelación de secretos empresariales
- Publicidad engañosa
- Corrupción entre particulares
- Blanqueo de capitales y financiación del terrorismo
- Delitos fiscales, contra la seguridad social, fraude de subvenciones
- Incumplimiento de obligaciones contables
- Delitos contra los recursos naturales y el medio ambiente
- Cohecho y tráfico de influencias
- Delitos contra la salud pública

Durante los ejercicios anuales terminados al 31 de diciembre de 2024 y 2023 no se han detectado casos de corrupción y soborno, blanqueo de capitales, incumplimientos de carácter medioambiental o vinculados con la regulación de protección de datos de carácter personal. Con este modelo de cumplimiento y prevención de riesgos penales, buscamos que todas las personas trabajadoras puedan identificar los posibles riesgos penales derivados de su actividad profesional, sin importar su cargo o categoría profesional.

Además, proporcionamos directrices claras sobre cómo actuar y a quién dirigirse si detectan indicios de la comisión de un delito o de cualquier infracción de los principios generales de comportamiento establecidos.

Este enfoque tiene como objetivo garantizar que cada miembro del equipo esté bien informado, preparado y apoyado en la creación de un entorno empresarial ético y legalmente responsable. Como complemento al código ético ya hace varios ejercicios que contamos con un canal de denuncias.



GESTIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

Como empresa responsable, GdC Beauty Group se encuentra comprometida con el respeto y el cumplimiento de cuantas leyes, reglamentos y demás normas jurídicamente obligatorias le sean aplicables. De esta manera, los empleados del Grupo se comprometen a respetar la legalidad vigente donde se desarrolla su actividad y a no realizar ninguna actuación que pueda causar un perjuicio a los intereses del Grupo.

GdC Beauty Group puede ser declarada jurídicamente responsable por causa de las violaciones de las leyes y demás normas obligatorias, así como por cualquier otra actividad ilícita de sus empleados, por lo que el Grupo espera que todos sus trabajadores actúen lícita, ética y profesionalmente en el desempeño de sus funciones.

El compromiso de cumplir la legislación en todos los ámbitos y en cada uno de los lugares donde se desarrolle su actividad es una premisa inexcusable y de relevancia esencial para mantener y mejorar la confianza con los ciudadanos y la sociedad.

En todos los comportamientos profesionales, los empleados del Grupo se esfuerzan por hacer no solo lo que es legal, sino lo que es correcto, y guardan un estricto respeto a los derechos humanos y libertades públicas incluidos en la declaración universal de los derechos humanos de las Naciones Unidas.

Asimismo, el Grupo exige que los proveedores apoyen y respeten la protección de los derechos humanos, tal y como se define en la citada declaración de las Naciones Unidas, no estando autorizados a tomar ninguna acción que viole estos principios, ya sea directa o indirectamente.

La guía de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para la sostenibilidad corporativa define las características que el Grupo se esfuerza en alcanzar.

En relación con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y sus objetivos de desarrollo sostenible, el Grupo entiende que la sostenibilidad es imprescindible para lograr el éxito corporativo a largo plazo y generar valor en toda la sociedad.

Los compromisos más relevantes vinculados con los derechos humanos, asociados al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, que han sido asumidos GdC Beauty Group son los siguientes:

- No utiliza, ni apoya el uso de trabajo infantil.
- No utiliza, ni auspicia el uso de trabajos forzados a los empleados.
- Establece un entorno laboral seguro y saludable, toma las medidas adecuadas para prevenir accidentes y lesiones. Se

evalúan todos los riesgos que no hayan podido evitarse. Se planifican acciones encaminadas a eliminar o reducir los riesgos identificados. Las instalaciones son correctas respecto a la prevención de riesgos laborales.

- Respetar el derecho de sus empleados a formar sindicatos, y que estos puedan elegir un sindicato de su elección. Grupo Germaine de Capuccini garantiza que los representantes de personal no sean discriminados y puedan tener acceso al resto de trabajadores en el lugar de trabajo.
- No efectúa, ni auspicia ningún tipo de discriminación por razón de raza, origen, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, participación sindical, orientación política, ideológica, categoría laboral o edad.
- No permite comportamientos, gestos y lenguaje que atenten a la dignidad o integridad de las personas.
- No utiliza, ni apoya castigos corporales, coerción mental o física, ni abusos verbales. Las horas extraordinarias se pagan según convenio y son siempre voluntarias para los trabajadores, a no ser que estén pactadas en convenio o

instrumento similar. El salario pagado cumple las exigencias legales de salario mínimo por puestos de trabajo. Grupo Germaine de Capuccini cumple todas las obligaciones de carácter laboral y de seguridad social establecida en la legislación vigente.

- No controla el cumplimiento de la normativa sociolaboral y de prevención de riesgos laborales por parte de los proveedores y subcontratas relevantes.

A tal efecto, el grupo trata de tener bien definidos los principios y valores que deben regir las relaciones del Grupo con los empleados, clientes y con las demás sociedades en las que desarrolla su actividad.

Durante los ejercicios finalizados al 31 de diciembre de 2024 y 2023 no se han identificado riesgos en el ámbito de los derechos humanos ni se ha recibido ninguna denuncia con relación al mismo.

COMPROMISO FISCAL

GdC Beauty Group es consciente de la necesidad de un comportamiento fiscal responsable que redunde en una contribución a la economía y al desarrollo social. Los tributos que satisface son en efecto, una aportación al sostenimiento de las arcas públicas y, por tanto, una de sus contribuciones a la sociedad.

En el citado contexto, el Grupo se rige por estándares de transparencia fiscal y vela por que la tributación guarde una estructura adecuada con la estructura del mismo y ubicación de sus actividades.

La distribución por países de los resultados e impuestos sobre beneficios durante los ejercicios 2024 y 2023, expresados en miles de euros, son los siguientes:

	2024				2023			
	Resultado antes de impuestos	Resultado después de impuestos	Impuestos devengados	Impuestos pagados	Resultado antes de impuestos	Resultado después de impuestos	Impuestos devengados	Impuestos pagados
España	(2.337)	(1.928)	409	229	(3.779)	(4.008)	(229)	536
Italia	359	239	(120)	120	43	19	(24)	24
Bélgica	453	316	316	(137)	74	35	(39)	39
Colombia	(82)	(64)	18	-	30	(9)	(39)	39
R. Dominicana	43	34	(9)	9	16	(4)	(20)	20
Otros	(478)	(478)	-	78	(298)	(298)	-	388
Total	(2.042)	(1.881)	161	573	(3.914)	(4.265)	(351)	1.046

Durante los ejercicios 2024 y 2023 el Grupo ha aplicado deducciones por valor de 418 y 86 miles de euros. Adicionalmente, durante el ejercicio 2024 el Grupo ha incorporado al resultado subvenciones de explotación por importe de 201 miles de euros (220 miles de euros en el ejercicio 2023), estas subvenciones están vinculadas principalmente a I+D+I.)

ALIANZAS CON TERCEROS

En la relación con la Gobernanza y las vinculaciones como organización, para GdC Beauty Group son claves las sinergias con organizaciones, entidades y asociaciones sectoriales y formativas que nos permiten estar a la vanguardia de tendencias, legislaciones y poder vincularnos al mundo formativo que nos permita atraer talento humano.

STANPA (Asociación Nacional de Fabricantes de Perfumería y Afines): Facilita información de gran relevancia para el sector cosmético en diferentes ámbitos: Sanidad, Técnico, Colipa, Comunicación, Extractos, Medio Ambiente, Laboral e Innovación a través de diferentes proyectos.

CFTA (Cosmetic, Toiletry and Fragrance Assotiation): Posee un sistema online de consulta de la legislación mundial actualizada en todo momento, así como una base con información sobre los ingredientes cosméticos.

UMIVALE (Mutua de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales de la Seguridad Social): Facilita información y medios para poner en práctica el Plan de Prevención de Riesgos Laborales.

ECOEMBES: Aporta medios para el estudio continuo de minimización de residuos. Trabaja junto a ciudadanos, entidades públicas y empresas para que el reciclaje de envases domésticos sea una realidad en España.

GESPRODAT: La privacidad de las personas que forman parte de nuestros grupos de interés es muy importante para nosotros. Por ese motivo contamos con Gesprodat para asesorarnos sobre las acciones a realizar para cumplir con la regulación de Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales (LOPDGDD) y Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

UNIVERSIDADES: Entendemos que, como empresa, jugamos un papel esencial en la aproximación de dos entornos que se deben retroalimentar para construir una sociedad mejor desde el conocimiento, sobre todo en un momento en el que la flexibilidad y la necesidad de adaptación a un nuevo contexto empresarial son esenciales.

- Universidad Blanquerna de Barcelona
- Universidad de Alicante
- ESIC Valencia y Alcoy

EMPRESARIALES: Gdc Beauty Group está presente y se relaciona con diferentes entidades del tejido empresarial tanto a nivel local, provincial, nacional e internacional, como son (poner logos).

SECTORIALES: BEAUTY CLUSTER, HBSA en UK, Club de Directivos de Alicante, Club Empresas de Economía 3, Club Marketing Mediterráneo.

ASPECTOS MATERIALES
Y GRUPOS DE INTERÉS

GRUPOS DE INTERÉS

La escucha permanente y la comunicación eficiente de nuestra estrategia como compañía a nivel corporativo a nuestros grupos de interés es un objetivo fundamental para GdC Beauty Group.

La definición de estos ya se llevó a cabo en 2023 y hemos querido mantenerla ya que no han existido cambios significativos y, de esta forma, asegurar la escucha realizada en el análisis de materialidad que se presenta a continuación.

GRUPOS DE INTERÉS	QUIÉNES LO CONFORMAN	HERRAMIENTAS DE RELACIÓN	INTERES/EXPECTATIVAS
EL EQUIPO HUMANO	Empleados de la empresa tanto en la central como en las delegaciones y las filiales	Comunicaciones internas Departamento de Recursos Humanos Departamento de Seguridad y salud laboral	1.Respeto a los Derechos Humanos y laborales. 2.Condiciones de trabajo justas y dignas. 3.Mantenimiento de clima de integración del empleado con la compañía. 4.Alineación de objetivos corporativos con los del personal.
LA PROFESIONAL DE LA ESTÉTICA	Propietarios o trabajadores de centros de estética, centros médico-estéticos y centros SPA. Potenciales clientes.	Página web Redes Sociales Newsletter Teléfono de atención al cliente Red de ventas Presentaciones de novedades Formaciones en central y delegaciones Visitas de formadoras Viajes de fidelización Política de privacidad	1.Creación de vínculos e imagen de cercanía y disponibilidad. 2.Formación en los protocolos y sistemas de trabajo exclusivos de la firma. 3.Comunicación constante y fiable sobre noticias y novedades de empresa.
EL CLIENTE FINAL	Mujeres y hombres interesados en su cuidado personal. Clientes de los centros de Estética o compradores online.	Página web Redes Sociales Newsletter Acciones específicas (Jornadas Puertas abiertas...) Teléfono atención al cliente medios de comunicación (TV, revistas) Política de Privacidad	1. Informar sobre la marca, productos y ofertas especiales. 2. Mantenimiento de una alta presencia de marca en RRSS y medios de comunicación. 3. Establecimiento de una imagen positiva, profesional y cercana.

LAS REDES DE VENTAS	Distribuidores internacionales y sus equipos comerciales// Agentes comerciales nacionales	Portales específicos Comunicados (Ficha lanzamiento...) Convenciones	1. creación de fuertes vínculos con la empresa. 2. Información constante sobre novedades de la firma, lanzamientos, promociones, precios.... 3. Establecimiento de acuerdos comerciales y de apoyo en marketing específicos 4. Transmisión de información técnica de productos y elementos de marketing digital
LOS PROVEEDORES	Proveedores nacionales e internacionales de materia prima, material auxiliar, materiales fungibles, servicios...	Procedimiento de compras. Evaluación inicial y órdenes de compra. Política de Privacidad. Página web.	1. Establecimiento de sinergias entre empresas. 2. Transmisión de información clara, precisa y fiable.
LA COMPETENCIA	Empresas nacionales e internacionales. Nuestra competencia más directa está compuesta por empresas que desarrollan productos para el sector profesional. Adicionalmente están las empresas de cosmética dirigidas al canal selectivo y parafarmacia	Asociación Stanpa	1.Búsqueda de colaboración en asuntos de carácter general relativos al sector. 2.Fomento de entornos productivos sostenibles.
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Se diferencian tres grupos de medios de comunicación: medios dirigidos al profesional de la estética, medios dirigidos a nuestro consumidor final (secciones de belleza e influencers) y medios generales y económicos	Presentaciones a Prensa Página Web Comunicados de prensa Agencia de comunicación	1. Generar imagen positiva de la marca entre los líderes de opinión. 2. Lograr la máxima difusión con el mayor nivel de calidad.
LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	Gobiernos y administraciones públicas.	Subvenciones. Registros sanitarios.	Cumplir con toda la normativa locales y nacionales de aquellos países los que llegan nuestros productos
LA SOCIEDAD	La sociedad en general	Medios de comunicación Acciones de marketing Colaboración con entidades Página web.	Contribución al desarrollo social y económico. Compromiso con la mejora del bienestar global.

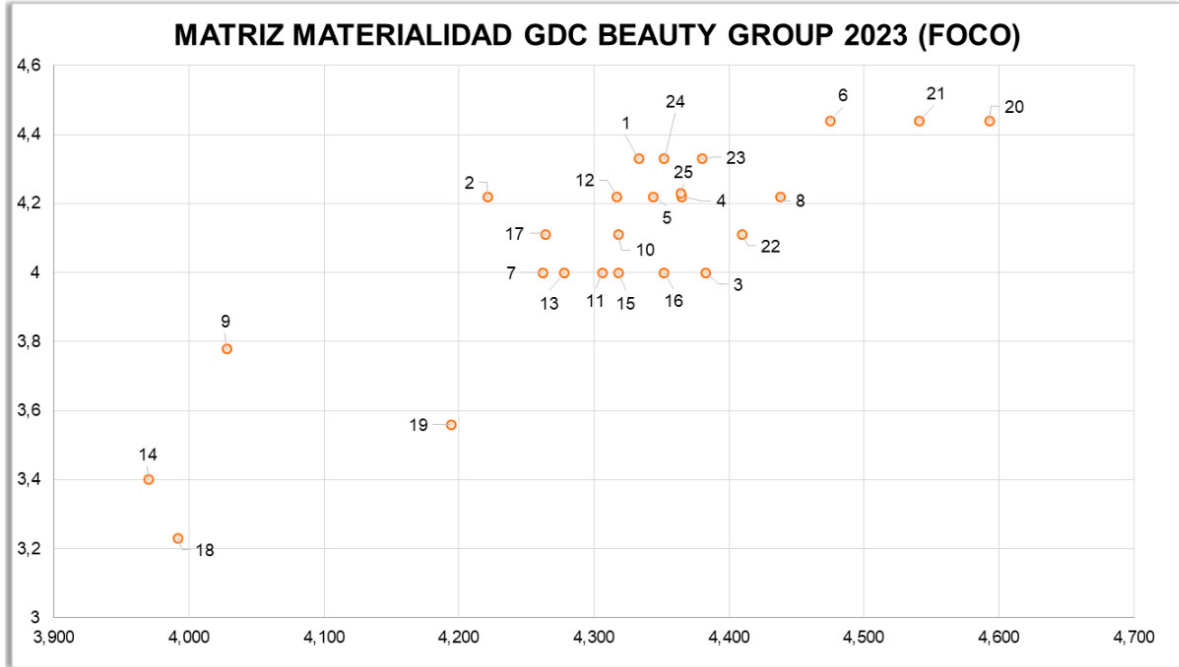
ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

La materialidad es uno de los requisitos de los principios de reporte del Global Reporting Initiative que GdC Beauty Group ha seguido en la presente memoria. Esta metodología nos va a permitir disponer de una matriz de intereses con la participación del máximo número de grupos de interés.

El Grupo evalúa las cuestiones relativas a la materialidad considerando la importancia de los resultados económicos, la expansión de las operaciones y su presencia territorial, así como, las relaciones con las partes interesadas.

A través del presente estado de información no financiera consolidado, se recogen todos los aspectos identificados como materiales, alineados con los requerimientos contemplados por la Ley 11/2018 de información no financiera.

Los aspectos materiales identificados por el Grupo se han estructurado en base a los siguientes ámbitos:



Esta imagen representa e identifica los aspectos materiales de sostenibilidad de GdC Beauty Group. De manera visual, refleja en una matriz la importancia de los impactos identificados por la empresa y la importancia de los impactos para el resto de los grupos de interés.

Con más detalle, la siguiente lista establece la priorización final de los impactos con mayor relevancia.

IMPACTO		PROMEDIO GRUPOS DE INTERÉS	PROMEDIO MANDOS DIRECTIVOS
1	Crecimiento continuo de la empresa y resultado económico positivo	4,333	4,33
2	Buenas prácticas de Fiscalidad	4,221	4,22
3	Prácticas de Buen gobierno corporativo y cumplimiento regulatorio	4,383	4
4	Transparencia informativa y rendición de cuentas	4,365	4,22
5	Compromiso con el desarrollo sostenible y proyectos que influyen en la economía circular	4,344	4,22
6	Investigación, desarrollo e innovación	4,475	4,44
7	Mejora continua y sistema de gestión (certificaciones)	4,262	4
8	Protección de los Derechos humanos y comportamiento ético	4,438	4,22
9	Inserción de colectivos con diversidad funcional	4,028	3,78
10	Igualdad de trato y oportunidades, conciliación de vida laboral y familiar	4,318	4,11
11	Desarrollo profesional (formación para empleados-as)	4,306	4
12	Salud y seguridad laboral	4,317	4,22
13	Digitalización y nuevas formas de trabajo	4,278	4
14	Acciones voluntariado corporativo	3,970	3,4
15	Uso responsable y eficiente del agua	4,318	4
16	Gestión de residuos (reducción, reutilización y reciclaje	4,352	4
17	Ser pioneros y respetuosos con la legislación ambiental	4,264	3,11
18	Subcontratación y proveedores locales	3,992	3,23
19	Evaluación de los proveedores desde el punto de vista ético y medioambiental	4,194	3,56
20	Productos de alta calidad	4,593	4,44
21	Satisfacción con el producto	4,541	4,44
22	Prácticas justas de marketing y ventas	4,410	4,11
23	Salud y seguridad vinculado al producto	4,380	4,33
24	Formación y Profesionalización del sector de la estética	4,352	4,33
25	Facilidad de contacto y resolución de dudas técnicas y comerciales a los clientes	4,364	4,23

Anexos

ANEXO 1: Indicadores GRI

ANEXO 2: Organización de grupo

ANEXO 3: Marco de la Memoria y Verificación

Memoria de Responsabilidad Social Corporativa

GDC BEAUTY GROUP 2024



5

CONTENIDOS DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA				
CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Modelo de Negocio	Descripción del modelo de negocio del grupo	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias, y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	GRI 2-1 Detalles de la organización GRI 2-2 Sociedades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-9 Estructura y composición de la gobernanza GRI 2-13 Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos GRI 2-23 Estrategias, políticas y prácticas GRI 2-29 Enfoque para la participación de las partes interesadas GRI 3-1 Proceso para determinar la materialidad GRI 3-2 Lista de puntos materiales	2- Perfil de la Compañía
Información sobre cuestiones medio-ambientales	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 2-23 Estrategias, políticas y prácticas GRI 2-24 Incorporación de compromisos políticos	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	
	General	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad	GRI 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información sobre cuestiones medio-ambientales	General	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	GRI 2-23 Estrategias, políticas y prácticas	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
		Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	GRI 2-23 Estrategias, políticas y prácticas	
		Aplicación del principio de precaución	GRI 2-23 Estrategias, políticas y prácticas	
		Provisiones y garantías para riesgos ambientales	GRI 2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	
	Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente al medio ambiente, teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	
	Economía Circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen GRI 301-2 Insumos reciclados utilizados GRI 301-3 Productos y materiales de envasado recuperados GRI 306-2 Residuos por tipo y método de eliminación GRI 306-4 Transporte de residuos peligrosos	
	Uso sostenible de los recursos	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 303-1 Interacción con el agua como recurso compartido GRI 303-2 Gestión de los impactos relacionados con el vertido de agua GRI 303-3 Extracción de agua GRI 303-5 Consumo de agua GRI 303-4 Vertido de agua	
			GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión a los GRI 300) GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información sobre cuestiones medio-ambientales	Uso sostenible de los recursos	Energía: Consumo, directo e indirecto; Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética, Uso de energías renovables	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 302 Energía) GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización (energía procedente de fuentes renovables y no renovables) GRI 302-4 Reducción del consumo energético	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
	Cambio Climático	Emisiones de Gases de Efecto Invernadero	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	
		Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión a los GRI 300) GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI GRI 304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	
		Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones GEI y medios implementados a tal fin.	GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	
	Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad e impactos causados por las actuaciones u operaciones en áreas protegidas	GRI 304-1 Sitios operacionales en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a área protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas GRI 304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad GRI 304-3 Hábitats protegidos o restaurados GRI 304-4 Especies que aparecen en la lista roja de la IUCN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	
	Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Empleo	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades de la sociedad, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo la sociedad gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-7 Empleados GRI 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
		Número total y distribución de empleados por género, edad, país y clasificación profesional	GRI 2-7 Empleados GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados GRI 401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	
		Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 2-7 Empleados	
		Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por género, edad y clasificación profesional	GRI 2-7 Empleados Número total de empleados por contrato (indefinido/temporal y completo/parcial) por género y región, promedio edad y clasificación profesional.	
		Número de despidos por género, edad y clasificación profesional	GRI 401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal No incluido en GRI: Número de despidos por clasificación profesional	
		Remuneraciones medias y su evolución desagregados por género, edad y clasificación profesional o igual valor	GRI 405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y hombres Remuneración media por género, edad y clasificación profesional y su evolución. Para su cálculo, deberán tomarse en cuenta el total de percepciones salariales en dinero efectivo y remuneraciones en especie, por lo que para el cálculo deberá tenerse en cuenta los beneficios a los que hace referencia el GRI 401-2.	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Empleo	Brecha Salarial	GRI 405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y hombres. *OCDE: La brecha salarial de género se define como la diferencia entre los ingresos medios de hombres y mujeres en relación con los ingresos medios de los hombres.	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
		Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	GRI 202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por género frente al salario mínimo local (se utiliza este indicador, ya que a medida que se avanza en la carrera profesional, pueden incidir diversos factores en la definición de la retribución de cada persona). GRI 405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y hombres	
		La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por género.	GRI 2-19 Políticas de retribución GRI 201-3 Obligaciones derivadas de planes de beneficios sociales y otros planes de jubilación No incluido en GRI: Información desagregada por género	
		Implantación de medidas de desconexión laboral	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión a los GRI 300)	
		Empleados con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	
		Organización del tiempo de trabajo	GRI 402-1 Plazo de aviso mínimo sobre cambios operacionales GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión a los GRI 300)	
	Organización del trabajo	Número de horas de absentismo	GRI 403-9 Lesiones por accidente laboral GRI 403-10 Dolencias y enfermedades laborales	
		Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 401-3 Permisos parentales No incluido en GRI: enfoque de gestión sobre otras medidas de conciliación	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo GRI 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes GRI 403-3 Servicios de salud en el trabajo GRI 403-4 Temas de salud y seguridad laboral tratados en acuerdos formales con la representación legal de los trabajadores GRI 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo GRI 403-6 Fomento de la salud de los trabajadores GRI 403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales GRI 403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
			GRI 403- 9 Lesiones por accidente laboral	
			GRI 403-10 Dolencias y enfermedades laborales	
	Relaciones Sociales	Organización del diálogo social, incluidos los procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	GRI 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés (relativo a sindicatos y negociación colectiva) GRI 2-16 Comunicación de preocupaciones críticas GRI 2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	
		Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 2-30 Acuerdos de negociación colectiva No incluido en GRI: desglosado por país	
		Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-4 Temas de salud y seguridad laboral tratados en acuerdos formales con la representación legal de los trabajadores GRI 2-30 Acuerdos de negociación colectiva	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas.	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
		Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	GRI 404-1 Horas medias de formación anuales por empleado No incluido en GRI: horas totales de formación.	
	Accesibilidad	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	
		Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades) GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	
	Igualdad	Planes de igualdad	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	
		Medidas adoptadas para promover el empleo	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 401 Empleo)	
		Protocolos contra el acoso sexual y por razón de género	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	
		La integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	
		Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	
			GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	
Información sobre el respeto de los derechos humanos	Políticas y riesgos	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información sobre el respeto de los derechos humanos	Derechos Humanos	Aplicación de procedimientos de debida diligencia en derechos humanos	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 412 evaluación de derechos humanos) GRI 2-23 Estrategias, políticas y prácticas GRI 2-12 Rol del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
		Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos GRI 2-25 Procesos para remediar impactos negativos	
		Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos	GRI 2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos GRI 2-25 Procesos para remediar impactos negativos GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	
		Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 2-28 Asociaciones de miembros GRI 407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo GRI 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio GRI 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil GRI 2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos GRI 2-23 Estrategias, políticas y prácticas	
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
	Corrupción y soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 205 Anticorrupción) GRI 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción GRI 205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas GRI 2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos GRI 2-23 Estrategias, políticas y prácticas GRI 206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	
			GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión al GRI 205 Anticorrupción) GRI 2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos GRI 2-23 Estrategias, políticas y prácticas	
		Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información sobre la sociedad	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales GRI 207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales GRI 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades	
		Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y desarrollo local	GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales GRI 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	
		Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio	GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo GRI 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-29 Enfoque para la participación de las partes interesadas	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información sobre la sociedad	Principales riesgos		GRI 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés (relativo a comunidad)	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
		Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades de diálogo con estos	GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo GRI 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales	
		Acciones de asociación y patrocinio	GRI 2-28 Asociaciones de miembros	
	Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión a los GRI 308 y GRI 414) GRI 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdos con criterios ambientales GRI 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales GRI 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	
		Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 3-3 Gestión de aspectos materiales (con visión a los GRI 308 y GRI 414) GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	
		Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales GRI 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdos con criterios ambientales	

CONTENIDO DE LA LEY 11/2018 INF			ESTÁNDAR DE REFERENCIA	CAPÍTULO DE REFERENCIA
Información sobre la sociedad	Consumidores		GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios GRI 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios GRI 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios GRI 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	4- Time for Tomorrow, compromiso con la Sostenibilidad
		Medidas para la salud y seguridad de los consumidores		
		Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 2-25 Procesos para remediar impactos negativos GRI 418-1 Denuncias substanciales relacionadas con brechas en la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de clientes.	
	Información fiscal	Beneficios obtenidos por país	GRI 2-25 Procesos para remediar impactos negativos GRI 418-1 Denuncias substanciales relacionadas con brechas en la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de clientes.	
		Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 207-1 Enfoque fiscal GRI 207-4 Presentación de informes país por país GRI 207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	
		Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	

ANEXO 2: Organización de grupo

En la actualidad las oficinas corporativas y las principales instalaciones del Grupo se encuentran en Alcoy (Alicante). Sin embargo, Mandor Investments, S.L., como sociedad dominante del Grupo, cuenta con otras empresas en continuo crecimiento. Las principales áreas de negocio del Grupo y las empresas vinculadas a dichas ubicaciones, así como los objetivos y características de cada una de ellas son las siguientes:

- Germaine de Capuccini, S.A.U.: principal sociedad productiva del Grupo ubicada en Alcoy (Alicante) cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de productos cosméticos.
- Germaine de Capuccini Italia, Spa: sociedad ubicada en Italia cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de productos cosméticos.
- Sayati Cosmetics, S.L.U: sociedad ubicada en Alcoy (Alicante) cuya actividad consiste en la adquisición y tenencia de títulos y acciones en el capital de empresas
- Cosmética Cabinas, S.L.U.: sociedad ubicada en Cocentaina (Alicante) cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de productos cosméticos
- Germaine de Capuccini Dominicana, Ltd: sociedad ubicada en Santo Domingo (República Dominicana) cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de productos cosméticos
- Cosmética Profesional, S.A.: sociedad ubicada en Colombia cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de productos cosméticos.
- Saisons, BVBA: Sociedad ubicada en Bélgica cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de productos cosméticos
- GDC Beauty Group UK Ltd.: Sociedad ubicada en Reino Unido cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de productos cosméticos
- International Aesthetic Corporation: Sociedad ubicada en Estados Unidos cuya actividad consiste en la fabricación y comercialización de productos cosméticos



La información recogida en el presente estado de información no financiera consolidado se refiere a la totalidad de las compañías dependientes del Grupo consolidado con participación mayoritaria, integradas contablemente, a excepción de determinados aspectos cualitativos y cuantitativos de las siguientes compañías, por tener la información correspondiente un interés poco significativo para el presente estado de información no financiera consolidado:

- Consorcio Beauty España, S.L.U.
- Biomimetic, S.L.

ANEXO 3: Marco de la Memoria y Verificación

MARCO DE LA MEMORIA

Con este informe presentamos públicamente nuestra Memoria de Responsabilidad Social Corporativa 2024, que, con una periodicidad anual, recopila la información referente a los principales impactos sociales, económicos y ambientales que se derivan de nuestra actividad en la totalidad de empresas del Grupo.

Una memoria que ha sido elaborada con la referencia de los principios del Global Reporting Initiative, una metodología utilizada mayoritariamente por empresas y organizaciones de ámbito internacional y en este sentido se han seguido los principios del contenido y calidad del estándar GRI, versión Standards, como indicadores para la evaluación de los impactos y seguimiento de los ODS.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por Naciones Unidas y establecidos en el marco de la Agenda 2030 buscan asegurarla igualdad de oportunidades entre personas, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos. Desde GdC Beauty Group, como representantes de la industria cosmética, estamos firmemente unidos por estos compromisos y por eso trabajamos activamente en los siguientes ODS.

SOBRE ESTE INFORME

Con el objetivo de asegurar la transparencia y fiabilidad de la información, GdC Beauty Group somete el reporte de su información no financiera a verificación por un externo independiente.

La firma Deloitte verificó la información no financiera de 2024 Y 2023, con un informe de revisión independiente, de acuerdo con los contenidos de la Ley 11/2018 que incluye los objetivos y el alcance del proceso, así como los procedimientos de verificación empleados y sus conclusiones. Para cualquier consulta respecto a este informe pueden dirigirse a comunicacion@germainedecapuccini.com.

Con efectos 1 de enero de 2018 entró en vigor la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (en adelante, la Ley 11/2018), que sustituye el Real Decreto Ley 18/2017, de 24 de noviembre, por el que se traspuso al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/95/ UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que respecta a

la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad.

De conformidad con lo establecido en la Ley 11/2018, determinadas sociedades, entre las que se encuentra Mandor Investments, S.L. y sus sociedades dependientes (referida en el documento como, “GdC” o “Germaine de Capuccini” “GdC Beauty Group” o “el Grupo”) deben preparar un Estado de Información No Financiera, que debe incorporarse en el informe de gestión consolidado o en un informe separado correspondiente al mismo ejercicio que incluya el mismo contenido y cumpla los requisitos exigidos, y que incluya, entre otras cuestiones: la información necesaria para comprender la evolución, los resultados y la situación de la compañía, el impacto de su actividad con respecto a cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas al personal, debiendo incluir las medidas que, en su caso, se hayan adoptado para favorecer el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, la no discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y la accesibilidad universal.

En este contexto, la Sociedad dominante incorpora el estado de información no financiera consolidado en el informe de gestión consolidado del Grupo, que acompaña a las cuentas anuales consolidadas correspondientes al ejercicio anual finalizado al 31 de diciembre de 2024.

El presente estado de información no financiera se ha preparado de acuerdo con los contenidos establecidos en la normativa mercantil vigente, siguiendo los criterios descritos para cada materia en la tabla “Tabla de indicadores GRI”, así como en la medida de lo posible, con referencia a los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, aplicándose los principios de comparabilidad, fiabilidad, materialidad y relevancia que recoge la citada ley de información no financiera.

A través del presente estado de información no financiera consolidado, se recogen todos los aspectos identificados como materiales, alineados con los requerimientos contemplados por la Ley 11/2018 de información no financiera.



