



# **Estado de Información No Financiera Consolidado 2024**

**Blanco Bonete Inversiones y Sociedades Dependientes**



# ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| <b>1. Acerca de este informe .....</b>                                    | .4 |
| <b>2. Grupo Blanco Bonete Inversiones .....</b>                           | .5 |
| 2.1. Modelo de negocio.....   | 5  |
| 2.2 Estructura accionarial del Grupo.....                                 | 6  |
| 2.3 Actividad, productos y servicios del Grupo.....                       | 7  |
| 2.4 Presencia Global.....   | 8  |
| 2.5 Resultados económicos.....  | 8  |
| 2.6 Objetivos y estrategias .....   | 9  |
| 2.7 Hitos del Grupo .....   | 9  |
| 2.8 Contexto sectorial, factores y tendencias.....                        | 10 |
| <b>3. Gestión Ética .....</b>   | 11 |
| 3.1. Cultura corporativa .....  | 11 |
| 3.2. Modelo de compliance.....  | 12 |
| 3.3. Lucha contra la corrupción, el soborno y blanqueo de capitales ..... | 14 |
| 3.4. Derechos humanos.....  | 15 |
| 3.5. Información Fiscal .....   | 16 |
| <b>4. Sostenibilidad en la cultura empresarial .....</b>                  | 18 |
| 4.1. Comité de sostenibilidad.....  | 18 |
| 4.2. Escuchamos a nuestros grupos de interés.....                         | 18 |
| 4.3. Asuntos materiales.....  | 21 |
| 4.4. Plan de sostenibilidad 2024-2026 .....                               | 21 |
| 4.5. Participación en eventos 2024 .....                                  | 26 |
| <b>5. Cuidado de la gente .....</b>                                       | 28 |
| 5.1. Perfil de la plantilla.....  | 28 |
| 5.2. Tasa de rotación y desvinculación laboral .....                      | 31 |
| 5.3. Desarrollo de talento .....  | 31 |
| 5.4. Igualdad y diversidad .....  | 32 |
| 5.5. Conciliación y beneficios sociales.....                              | 33 |
| 5.6. Bienestar, protección de la salud y seguridad .....                  | 39 |
| 5.7. Diálogo social .....   | 40 |

|   |    |
|---|----|
| <b>6. Protegiendo el planeta .....</b>            | 42 |
| 6.1 Adoptar la circularidad.....                  | 42 |
| 6.2 Uso eficiente de los recursos .....           | 44 |
| 6.3 Cambio climático.....                         | 48 |
| 6.4 Otros contaminantes .....                     | 49 |
| 6.5 Biodiversidad .....                           | 49 |
| <b>7. Calidad excepcional .....</b>               | 50 |
| 7.1. Innovación .....                             | 51 |
| 7.2. Aprovisionamientos .....                     | 52 |
| 7.3. Experiencia de marca para los clientes ..... | 55 |
| <b>8. Conexión con la comunidad .....</b>         | 59 |
| <b>Anexo I .....</b>                              | 62 |

## 1. Acerca de este informe

Con fecha 29 de diciembre de 2018, el BOE publica la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, 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.

La Sociedad a través del presente Estado de Información No Financiera da respuesta a los requerimientos de la mencionada Ley, elaborado de conformidad con los estándares de Global Reporting Initiative (GRI), desglosados según el Anexo I. Índice de contenidos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad.

De conformidad con la legislación vigente, el Estado de Información No Financiera ha sido objeto de verificación externa.



## 2. Grupo Blanco Bonete Inversiones

### 2.1. Modelo de negocio

**Blanco Bonete Inversiones** es un grupo empresarial familiar formado por tres áreas de negocio: financiera y de inversión, inmobiliaria e industrial. De esta última se hace referencia con más frecuencia en este documento, al concentrar la mayor parte de la actividad económica y de la plantilla.

El Grupo tiene su origen en **1954**, año en que fue fundada por Sebastián Blanco Aldomar, en la localidad de Almansa (Albacete). La empresa comenzó con cuatro empleados y una producción de 20 pares de zapatos al día. En **1959**, Sebastián se asocia con Antonio García Pastor y crean la marca Blangar. La empresa experimenta su primer giro estratégico relevante con la incorporación del hijo del fundador, Pascual Blanco Martínez, al comienzo de los años 60. Pascual hará evolucionar progresivamente las colecciones y construirá la cultura de organización que permitirá desarrollar un zapato de cada vez mayor calidad. La actual marca, Magnanni, llegará pocos años más tarde como consecuencia de dicho desarrollo.

A partir de **1989**, los seis hijos de Pascual se van incorporando progresivamente a esta rama del negocio familiar. Cada uno de ellos es responsable de distintos aspectos de la gestión del negocio, la producción, la calidad, las pieles, el diseño o las ventas. Asimismo, algunos de los hermanos han aumentado su vinculación en las áreas financieras e inmobiliarias del grupo.

Durante tres generaciones, la familia ha participado activamente en cada paso del proceso de fabricación del calzado, garantizando una artesanía inigualable. Desde el diseño hasta la entrega, cada fase está guiada por la experiencia de un miembro de la familia, manteniendo una tradición de siete décadas de excelencia y pasión por el calzado excepcional.

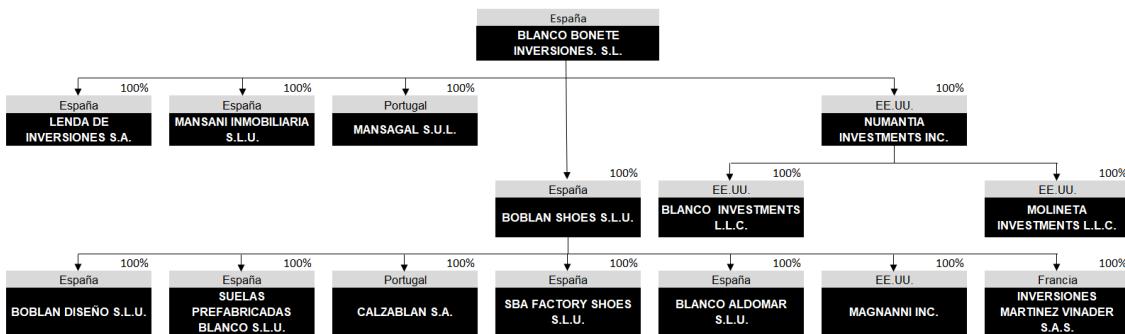
En las últimas dos décadas la empresa se internacionaliza a través de la creación de filiales o de acuerdos comerciales, con una expansión significativa en Estados Unidos.

En 2024, la marca Magnanni ha cumplido sus **70 años** de historia, manteniéndose fiel a su herencia y tradiciones como fabricantes de zapatos, a la vanguardia en diseño y tecnología y adecuando las colecciones a las nuevas tendencias sin perder la conexión con su raíz artesana.



## 2.2 Estructura accionarial del Grupo

Blanco Bonete Inversiones, la empresa holding cabecera del Grupo, es una sociedad limitada, propiedad de los hermanos Blanco, y de ella dependen el resto de sus sociedades participadas.



\* La actividad de **Lenda Inversiones, S.A.** es exclusivamente de carácter financiero y no cuenta con empleados.

- **BLANCO BONETE INVERSIONES, S.L.:** Es la sociedad matriz del grupo familiar. Realiza inversiones en activos financieros (Capital Riesgo y Tesorería). Presta además servicios de asesoramiento al resto del Grupo en aspectos legales y financieros complejos. Opera de forma independiente con un equipo propio ubicado en sus oficinas en Madrid.
- **LENDI INVERSIONES, S.A.:** Su actividad principal es la inversión generando rentabilidad económica a los excedentes de tesorería del Grupo. Invierte principalmente en Renta Fija y Renta Variable.
- **MANSANI INMOBILIARIA, S.L.U.:** Su actividad principal es la inversión y explotación inmobiliaria en España.
- **MANSAGAL S.U.L.:** Su actividad principal es la inversión y explotación inmobiliaria en Portugal.
- **NUMANTIA INVESTMENTS, INC:** Su actividad principal es la inversión y explotación inmobiliaria en EEUU.
- **BOBLAN SHOES, S.L.U:** Es la holding empresarial del área industrial y de calzado. Desde aquí se realizan funciones de dirección y administración (RRHH, Finanzas e IT) al resto del grupo de calzado. Es administradora única de todas sus sociedades dependientes.
- **BLANCO ALDOMAR, S.L.U. (España):** Sociedad distribuidora y comercializadora del grupo de calzado. Distribuye la fabricación entre las distintas unidades del grupo. A su vez es la responsable de la logística de aprovisionamiento de productos esenciales y de las compras de las principales materias primas que intervienen en el proceso de producción, para su transformación dentro del grupo, que posteriormente comercializa. Se encarga de las ventas europeas de la web, mediante al portal <https://eu.magnanni.com/>.

- **BOBLAN DISEÑO, S.L.U. (España):** Es la responsable de llevar a cabo labores de innovación y diseño de productos, los cuales son posteriormente cedidos para su uso y explotación a BLANCO ALDOMAR, S.L.U.
- **SUELAS PREFABRICADAS BLANCO, S.L.U. (España):** Su actividad se centra en la fabricación de suelas (pisos) de los productos MAGNANNI. La sociedad compra materias primas como cuero para las suelas y tacones, así como pisos de goma para su proceso de fabricación.
- **CALZABLAN, S.A. (Portugal):** Presta servicios de fabricación al grupo (a SBA FACTORY SHOES, S.L.U.), principalmente en las fases intermedias del proceso: guarnecido y el cosido de piezas. Únicamente adquiere materiales auxiliares para el proceso de producción (adhesivos, hilos, etc.), dado que las principales materias primas son aportadas por BLANCO ALDOMAR, S.L.U.
- **SBA FACTORY SHOES, S.L.U. (España):** Presta servicios de fabricación al grupo. Principalmente en las fases iniciales (corte) y finales (montado y terminación) del proceso. Adquieren únicamente materiales auxiliares como adhesivos, hilos, etc. Los servicios realizados son principalmente de corte de calzado, cosido, montado y terminado del mismo. Parte del proceso de producción (principalmente fases intermedias del proceso), son desarrolladas por CALZABLAN, S.U.L. Por su parte, BLANCO ALDOMAR, S.L.U. le entrega en depósito el resto de las materias primas como pieles cortadas y pisos.
- **MAGNANNI INC (Estados Unidos):** Realiza sus ventas a través de su cartera de clientes, así como a través de la web <http://www.magnanni.com/>, desde donde sirve a todos los países del mundo salvo a Europa.
- **INVERSIONES MARTINEZ VINADER, S.A.S. (Francia):** Su actividad es la venta directa al consumidor a través de dos puntos de venta situados en París.

## 2.3 Actividad, productos y servicios del Grupo

El Grupo Blanco Bonete Inversiones está dividido en tres áreas de negocio distintas y gestionadas de forma independiente:

- **Inversión y Asesoramiento Financiero Especializado**

Desde esta área se invierte en activos financieros de Renta Variable, Renta Fija, Capital Riesgo y gestión de Tesorería a través de instrumentos financieros sofisticados. También se asesora al resto de empresas del grupo sobre aspectos financieros, fiscales y legales.

- **Inversión Inmobiliaria**

Se realizan las inversiones en activos inmobiliarios, con presencia en tres países.

- **Inversión Industrial**

Se trata de la parte del Grupo dedicada al diseño, fabricación y comercialización de zapatos, cinturones, accesorios y otros artículos de piel, dirigidos al segmento lujo bajo la marca

Magnanni, para un consumidor eminentemente masculino, si bien cuenta con una línea de señora. Magnanni exporta el 99% de su producción.

En la actividad del calzado, los principales clientes de B2B son comercios de lujo y grandes almacenes multimarca de las principales plazas comerciales del mundo y venta online. En B2C, particulares que compran a través de las páginas web, o de marketplace.

Todos los productos se elaboran en fábricas propias bajo su supervisión directa, lo que permite un control sobre todas las fases de producción de un proceso complejo por su variedad de modelos. El crecimiento constante del grupo nunca ha sido obstáculo para mantener la excelencia en cada producto, reflejo de su visión, compromiso y vocación por la calidad.

Por su diseño contemporáneo, excelencia artesanal y los materiales nobles en sus productos, tiene su posicionamiento en el segmento de la alta calidad y el lujo, siendo un referente mundial en el sector de calzado.

## 2.4 Presencia Global

El Grupo tiene presencia en España, Portugal, Francia, Italia y Estados Unidos. La sede principal se localiza en Albacete, España. Además, en España existen dos oficinas, tres fábricas, un almacén y un *showroom*. En Portugal, hay una fábrica y una oficina; en Francia tres puntos de venta (uno de ellos abrirá en 2025,), en Italia un *showroom* y en Estados Unidos una oficina y un almacén.

En línea con la dinámica del sector, el canal de *e-commerce* continua adquiriendo un papel cada vez más importante en la estrategia de distribución del Grupo; actualmente, los sitios de comercio electrónico son:

**Magnanni Europa** (<https://eu.magnanni.com/home>): con productos alineados prioritariamente a las preferencias del consumidor del mercado europeo. Los pedidos se envían a la mayoría de países de Europa.

- **Magnanni USA & Global** (<https://magnanni.com/>): enfocado al mercado estadounidense y mercado global, así como una selección de estilos globales. Los pedidos realizados en el sitio web de Magnanni USA & Global se envían a Estados Unidos y a la mayoría de los países del mundo.

## 2.5 Resultados económicos

Las ventas durante 2024 totalizaron 53.788.066 euros (51.570.418 euros en 2023), distribuidas por mercados geográficos como se detalla a continuación:

| Ventas por área geográfica | España  | EE. UU.    | Europa    | Otros     | Total      |
|----------------------------|---------|------------|-----------|-----------|------------|
| <b>2023</b>                | 692.593 | 33.653.523 | 8.810.634 | 8.413.667 | 51.570.418 |
| <b>2024</b>                | 504.978 | 37.002.551 | 8.848.342 | 7.432.195 | 53.788.066 |

## 2.6 Objetivos y estrategias

La estrategia del **negocio financiero** del Grupo Blanco Bonete se continúa fundamentando en la diversificación y crecimiento prevista en los próximos años. Con respecto al **negocio de calzado**, la correcta interpretación de las tendencias de mercado resulta esencial para responder eficazmente a las necesidades cambiantes del consumidor, ya sea en un contexto de consolidación del estilo informal o de retorno a un estilo clásico. En este sentido, el posicionamiento estratégico de la marca se orienta a ampliar la cuota en el mercado de lujo, manteniendo una identidad propia y una estructura enfocada en un profundo conocimiento del cliente, maximizando la percepción de valor.

Otras prioridades del negocio consisten en la búsqueda de eficiencias en las operaciones, que contribuyan a atenuar los efectos de los aumentos en los costes.

La línea femenina continúa consolidándose progresivamente, ganando cuota dentro del canal B2C, especialmente a través de las boutiques ubicadas en Francia. En paralelo, su desarrollo en el canal B2B avanza de manera gradual, debido a que los espacios y competidores dedicados al segmento de mujer difieren del segmento masculino, lo que dificulta las sinergias.

Por otro lado, se ha tomado la decisión de abrir un nuevo punto de venta en París, reforzando la presencia de la marca en este mercado clave, cuya apertura se realizará en el año 2025.

El área de sostenibilidad cobra cada vez más relevancia, lo que permitirá poner en marcha la estrategia de sostenibilidad.

Por último, se ha estudiado la posibilidad de construir una nueva fábrica en Almansa con los últimos avances industriales. La viabilidad de este proyecto está sujeto a la enorme incertidumbre de la subida aranceles en Estados Unidos.

## 2.7 Hitos del Grupo

A lo largo del año 2024, se han conseguido logros destacables:

- Acuerdo de apertura de una **nueva tienda Flagship** en Madeleine, uno de los sectores más exclusivos de París con el propósito de posicionar la marca y la expansión física en mercados clave.
- Incorporación de un **Chief Brand Officer (CBO)**, responsable de liderar el negocio de retail físico y fortalecer las sinergias con el canal digital B2C.
- Contratación de un **External Traffic Manager** quien implementará la estrategia digital de los dos webs del Grupo (Europa y Estados Unidos).
- Refuerzo del **equipo comercial B2B**, contratación de tres vendedores para Europa y dos para el mercado estadounidense, con el objetivo de fortalecer la línea femenina, explorar nuevos clientes y mercados potenciales.

## 2.8 Contexto sectorial, factores y tendencias

Como consecuencia de la pandemia en 2020 hubo un cambio de hábitos y de consumo por la activación del teletrabajo, con una tendencia hacia la informalidad y la explosión de los deportivos.

La principal incertidumbre radica en la dificultad de prever si la transición hacia un estilo de vestimenta más casual será una tendencia pasajera o permanente. En caso de que se revierta, también resulta complejo anticipar cuándo podría producirse ese cambio. Esta cuestión es especialmente relevante para Magnanni, dado que se trata de una marca tradicionalmente vinculada al calzado formal. El auge del teletrabajo ha reducido de forma lógica la demanda de este tipo de producto y, aunque se observa un regreso progresivo a las oficinas, los niveles de presencialidad aún están lejos de alcanzar los registros previos a la pandemia.

A este contexto se añade un nuevo factor geopolítico de gran relevancia, la elección de un nuevo presidente en Estados Unidos en 2024. Desde entonces, el sector ha permanecido en estado de alerta ante la posible reactivación de medidas proteccionistas, como la imposición de nuevos aranceles, una de las amenazas más significativas durante su anterior mandato. Esta situación adquiere especial importancia para el Grupo, dado que una parte sustancial de sus ventas se concentra en esta región. En 2025, se prevé que persistan escenarios de creciente inestabilidad normativa, lo que complica de manera notable tanto la gestión operativa como la planificación, incluso en el corto plazo.

Por último, en España los contratos fijos discontinuos son habituales dentro de la industria del calzado. Actualmente, la autoridad laboral y la inspección plantean las restricciones a su uso, limitando la flexibilidad de las empresas para adaptarse a la demanda estacional.



### 3. Gestión Ética

La gestión Ética del Grupo se sustenta en sólidos valores, que constituyen la base de su identidad, disponiendo también de un sistema de cumplimiento normativo que garantiza una adecuada gestión de los riesgos legales y regulatorios.

#### 3.1. Cultura corporativa

En el ejercicio anterior, el Grupo Blanco Bonete Inversiones revisó y adaptó su visión y misión en el marco del proyecto de cumplimiento, quedando definidas de la siguiente manera:

- **Visión:** Ser el Grupo líder en la fabricación y comercialización de zapatos modernos, artesanos y de la máxima calidad ofreciendo una experiencia de lujo.
- **Misión:** Ser una compañía de referencia en materia de calidad y garantizar nuestro compromiso como sociedad socialmente responsable. Ofrecer a nuestras personas empleadas y colaboradoras oportunidades para su desarrollo y satisfacción profesional y personal. Asimismo, debemos ser respetuosos con los derechos de las personas y con el medio ambiente demostrando así nuestro compromiso y concienciación con aquellos problemas que afectan y preocupan a la sociedad en su conjunto.

Además, el Grupo se identifica con un conjunto de valores, los cuales se han ido forjando a lo largo del tiempo:

- **Excelencia:** La visión holística de todos los procesos que conlleva la fabricación de nuestros productos es esencial para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- **Responsabilidad:** Actuamos en plena conciencia de nuestras obligaciones y principios y consideramos la ética en la toma de decisiones.
- **Creatividad:** Promovemos una visión innovadora e incentivamos la originalidad a la hora de crear nuestros productos y servicios, así como en la gestión de nuestras actividades.
- **Sentido de pertenencia:** Como empresa familiar, potenciamos que nuestras personas colaboradoras se sientan parte de ella y se identifiquen con nuestros objetivos, lo que nos demuestran a través de su compromiso, su perseverancia y la calidad de su trabajo.
- **Sostenibilidad:** Buscamos crear valor económico, social y medioambiental, a corto y largo plazo, considerando las necesidades de las comunidades donde operamos y siendo responsables con el entorno.
- **Humanismo:** Consideramos fundamental el respeto y la consideración a la dignidad de todos los que se relacionan con nosotros.
- **Cultura:** Respetamos y valoramos la tradición familiar, la vocación de servicio y el saber hacer. Valores que se transfieren a nuestros clientes a través de la calidad y el carácter de nuestros productos.

Estos valores se ven materializados en los atributos de los productos de la siguiente manera:

- **Respeto a la tradición:** Se respeta y valora la tradición familiar, la cultura y el saber hacer, a través de la fabricación artesanal, valores que se transfieren a los clientes por medio de la calidad y el carácter de los productos.
- **Calidad:** Ofrecer productos duraderos y que satisfagan las expectativas de los clientes es nuestro objetivo.
- **Materiales:** Enfocados especialmente en las pieles, la principal materia prima y en la que se vuelca toda la creatividad.
- **Diseño:** Además de asegurar la calidad. El Grupo desarrolla diseños contemporáneos, cosmopolita, sofisticados, urbanos, sencillos y elegantes. El resultado es un zapato reconocible y con carácter propio, mediante el cual el cliente puede expresarse en su entorno social.
- **Equipo:** Conscientes de que mantener el nivel de exigencia y excelencia solo es posible cuidando de los trabajadores y haciendo su trabajo parte intrínseca del valor del producto.
- **Eficiencia:** La eficiencia en la utilización de nuestros recursos y los recursos del entorno es esencial para la sostenibilidad del Grupo.
- **Compromiso con el medio ambiente:** Cuidar del entorno utilizando técnicas tradicionales que no son agresivas con el medio ambiente.

### 3.2. Modelo de compliance

El Grupo tiene el compromiso de impulsar y promover una cultura ética y de cumplimiento en todas sus actividades y a todos los niveles, de acuerdo con su propia exigencia y alineado con las prácticas que la sociedad demanda.

Además, cree firmemente que actuar conforme a la ley y respetar las políticas y procedimientos establecidos permite garantizar una actividad sostenible y comprometida con los clientes, empleados, proveedores y demás grupos de interés.

El Grupo, dispone de un **Modelo de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales** en el que formaliza su oposición a la comisión de cualquier acto ilícito penal o de cualquier otra naturaleza, sin que en ningún caso se pueda justificar sobre la base de un beneficio para la organización.

El Modelo de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales establece el modelo de organización, prevención, gestión y control de riesgos penales. Este modelo puede adaptarse a la realidad de los distintos países en los que el grupo opera. Un ejemplo de ello es Portugal, donde actualmente se está llevando a cabo su implementación tomando como referencia el modelo aplicado en España.

Los principales elementos del sistema de cumplimiento del Grupo son los siguientes:

- Código Ético
- Canal ético
- Política de Cumplimiento
- Política Anticorrupción
- Política de Sistema Interno de Información
- Procedimiento del Sistema interno de Información y Protección del informante
- Órgano de Compliance
- Matriz de Riesgos Penales y Controles

El Grupo dispone de un **Código Ético**, aprobado en el ejercicio anterior, que sirve de marco de referencia para orientar y guiar las acciones y decisiones del Grupo y en él se refleja el respeto y el compromiso con las personas, la sociedad, la ética y las leyes, así como el compromiso con los grupos de interés con los que el Grupo se relaciona.

En el Código Ético se definen 6 principios de actuación:

- **Cumplimiento de la legalidad:** Las personas sujetas deben de mantener la más estricta observancia de la normativa legal, a través de políticas y procedimientos que reflejan el compromiso del Grupo.
- **Integridad, Ética y Profesionalidad:** Las actividades del Grupo deben de estar basadas en los valores de la **integridad, honestidad, tolerancia cero a la corrupción y respeto a las circunstancias y necesidades particulares de los demás**.
- **Respeto a los derechos:** todas las actuaciones del Grupo guardarán un respeto escrupuloso a los Derechos Humanos y Libertades Públicas incluidos en la **Declaración Universal de los Derechos Humanos**. Entre todos velaremos por el **respeto y la promoción de los principios de igualdad y no discriminación** por la razón que sea: raza, etnia, religión, sexo, género, orientación sexual, idioma, apariencia física, opiniones políticas o cualquier otro motivo.
- **Respeto hacia el medio ambiente:** El Grupo promueve en todas sus instalaciones el respeto hacia el medio ambiente y los recursos naturales, dando un cumplimiento estricto de la legislación ambiental aplicable.
- **Innovación y aprendizaje constante:** En el desarrollo de su actividad, el Grupo fomenta la innovación y el aprendizaje constante para buscar dar respuesta a un mundo en constante transformación.
- **Transparencia y buen gobierno:** el Grupo defiende y promueve entre las personas sujetas una **cultura de cumplimiento ético-empresarial** basada en el **principio de “rechazo absoluto”** a cualquier acto ilícito o contrario al Código y al resto de normativa aplicable.

Además, el Grupo posee herramientas de gestión (políticas y procedimientos) como parte del cuerpo normativo del compliance en la organización, detallados anteriormente: Política de

cumplimiento, Política anticorrupción, Política del Sistema Interno de Información y Procedimiento del sistema Interno de Información Protección al Informante

- Canal de denuncias

Cualquier miembro de la plantilla, clientes, proveedores o terceros puede comunicar posibles incumplimientos de la legislación aplicable, del Código Ético o de la normativa que lo desarrolla, a través de Canal ético. En el marco del Modelo de Cumplimiento se ha elaborado la Política y el Procedimiento de gestión del Sistema Interno de Información y Protección del Informante, que integra el Canal de Denuncias como mecanismo formal de comunicación, consulta o denuncia de irregularidades.

Así, en el Grupo existen diversas vías de comunicación con el personal y terceros:

- Plataforma del Canal ético: se dispone de una plataforma online (<https://whistleblowersoftware.com/secure/BBI>), accesible desde la web. La aplicación cuenta con medidas para preservar la seguridad e identidad del informante y el tratamiento de datos personales.
- Reunión presencial: se ofrece también la posibilidad de comunicar cualquier conducta de manera verbal mediante la petición por parte del denunciante de una reunión presencial con el Órgano Responsable del Sistema Interno de Información.
- Correo electrónico: el Grupo también cuenta con la dirección de correo electrónico [legal@magnanni.es](mailto:legal@magnanni.es).
- Buzón de igualdad: Buzones situados en las fábricas y disponibles para realizar comunicaciones en materia de acoso moral, sexual y/o por razón de sexo.

Durante 2024, se ha recibido una denuncia de índole laboral (ninguna en 2023), la cual ha sido gestionada de acuerdo al protocolo establecido.

### **3.3. Lucha contra la corrupción, el soborno y blanqueo de capitales**

El Código Ético recoge expresamente un apartado sobre “tolerancia cero a la corrupción”, en el que el Grupo exige el cumplimiento de todas las leyes aplicables que prohíben la corrupción y el soborno. Esta exigencia cobra especial relevancia en las relaciones con autoridades y administraciones públicas y particulares con los que el Grupo mantenga o pretenda mantener, relaciones comerciales y de negocio.

Además, el Modelo de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales es una de las principales herramientas de lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales.

El Grupo aplica el principio de tolerancia cero frente a cualquier actuación que atente contra la transparencia e integridad corporativa y, en especial, aquellas conductas que acepten, promuevan o incentiven la ejecución de actos susceptibles de corrupción y soborno, esperando de los Órganos de Administración, de Equipo de Dirección y de los profesionales conductas que se encuentren alineadas con los principios y valores establecidos en el Código Ético, Política de Cumplimiento y en Particular en la Política Anticorrupción del Grupo.

En la Política Anticorrupción se establecen las pautas de comportamiento que deberán presidir la actividad de todo el personal de cara a evitar cualquier circunstancia que, de forma directa o indirecta, pudiera dar lugar un acto corrupto.

Adicionalmente, la Política prohíbe de forma general cualquier conducta corrupta que, directa o indirectamente, pueda influir en la toma de decisiones de terceros, sean éstos Administraciones Públicas o particulares.

En la Política Anticorrupción se integran los siguientes aspectos que podrían derivar en un acto de corrupción o soborno:

- **Política de Regalos, invitaciones y hospitalidad:** solo se aceptarán aquellos regalos u obsequios de clientes o proveedores que respeten los límites establecidos por el Grupo y se otorguen por razones comerciales legítimas.
- **Política de gastos y viajes:** los gastos derivados de la manutención y posibles desplazamientos laborales podrán ser justificados con motivos esencialmente laborales, conforme circunstancias de cada caso.
- **Situaciones de conflicto de interés:** se entiende como conflicto de interés aquellas situaciones en las que las personas del Grupo involucradas en operación o transacción comercial anteponga sus intereses personales a los del Grupo, o cuando dichos intereses personales influyan o puedan incluir de forma indebida en el ejercicio de la relación laboral.
- **Registros contables:** la transparencia financiera y operacional es un principio fundamental dentro de la estrategia corporativa del Grupo. Por ello, el personal mantendrá un control interno contable apropiado.
- **Relación con el funcionariado y las autoridades:** las relaciones con el funcionariado y las autoridades debe sustanciarse sobre los principios de transparencia, integridad, objetividad, imparcialidad y legalidad.
- **Relaciones con terceras partes:** La operativa del Grupo implica la existencia de las relaciones comerciales y de negocio con terceras partes. El personal del Grupo deberá aplicar los correspondientes controles de diligencia debida.

En las diferentes políticas se hace mención a los mecanismos destinados a evitar el blanqueo de capitales, existiendo también controles específicos como el proceso automatizado y centralizado de aprobación de pagos y facturación o el informe anual de inversiones, entre otros.

En el año 2023 y 2024, no se han recibido denuncias referentes a corrupción, soborno o blanqueo de capitales.

### 3.4. Derechos humanos

La estabilidad empresarial y el desarrollo sostenible solo pueden alcanzarse en una sociedad justa y libre de cualquier forma de discriminación. En línea con este principio, el Grupo integra el respeto a los derechos humanos como un pilar esencial de su estrategia de sostenibilidad.

El Grupo mantiene un compromiso de diligencia debida y prevención de la vulneración de los derechos humanos en su ámbito de influencia, respetando, en todo momento, la Declaración Universal de Derechos Humanos y los derechos reconocidos en la legislación nacional e internacional.

Además, el Grupo garantiza los derechos de libertad sindical y de asociación recogidos en los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo, la erradicación del trabajo forzoso y la explotación infantil. Asimismo, todos los que forman parte del Grupo tienen la responsabilidad de respetar y fomentar los principios de igualdad y no discriminación por la razón que sea: raza, etnia, religión, sexo, género, orientación sexual, idioma, apariencia física, opiniones políticas o cualquier motivo, conforme a lo establecido en los principios de actuación del Código de Ética.

El Grupo está especialmente comprometido con la igualdad de oportunidades y la no discriminación en las áreas vinculadas al empleo.

Finalmente, destacar que durante los dos últimos años no se han recibido denuncias en relación con incumplimientos con los Derechos Humanos.

### 3.5. Información Fiscal

Cumplir con la normativa vigente en todos los países donde opera el grupo es un principio básico de actuación para el Grupo Banco Bonete Inversiones. En este sentido, el cumplimiento de las obligaciones fiscales y la colaboración con las autoridades tributarias se consideran aspectos fundamentales.

#### Beneficios obtenidos por países

En el año 2024 el resultado consolidado del Grupo antes de impuestos ha sido de 13.152.224 euros (10.566.202 euros en 2023).

A continuación, se detallan los beneficios antes de impuestos correspondientes al Grupo Blanco Bonete Inversiones, S.L. y Sociedades Dependientes, desglosado por los países.

| País           | 2023              | 2024              |
|----------------|-------------------|-------------------|
| España         | 12.070.517        | 16.811.006        |
| Portugal       | 150.940           | 376.569           |
| Francia        | (49.036)          | (137.891)         |
| Estados Unidos | 4.781.076         | 5.238.938         |
| Eliminaciones* | (6.387.295)       | (9.136.398)       |
| <b>Total</b>   | <b>10.566.202</b> | <b>13.152.224</b> |

*Nota 1. El tipo de cambio utilizado para los datos de Estados Unidos es el de la consolidación contable, y se corresponde con el tipo de cambio medio de las operaciones entre EEUU y España de cada año.*

*\*Corresponde a ajustes entre compañías del Grupo.*

## Contribución fiscal

Se detallan a continuación los importes pagados en concepto de impuestos correspondientes a Blanco Bonete Inversiones, S.L. y Sociedades Dependientes, desglosado por los países.

| País           | 2023                | 2024                |
|----------------|---------------------|---------------------|
| España         | 1.404.847,00        | 1.484.528           |
| Portugal       | 49.321,00           | 2.836               |
| Francia        | 0,00                | 0,00                |
| Estados Unidos | 1.080.549,32        | 1.274.084,13        |
| <b>Total</b>   | <b>2.534.717,32</b> | <b>2.761.448,13</b> |

*Nota 1. Se contabiliza el impuesto de Sociedades con el criterio de caja, incluyendo el pago del impuesto correspondiente al año 2023, así como los pagos a cuentas del año 2024.*

*Nota 2. El tipo de cambio utilizado para la consolidación de los datos de Estados Unidos es el del 31 de diciembre de cada año.*

## Subvenciones públicas recibidas

Durante 2024, Grupo Blanco Bonete Inversiones, S.L. y Sociedades Dependientes recibió subvenciones públicas por importe de 1.639 euros frente a los 80.003 euros del ejercicio anterior.

| País           | 2023             | 2024            |
|----------------|------------------|-----------------|
| España         | 0,00             | 1.639,00        |
| Portugal       | 80.003,00        | 0,00            |
| Francia        | 0,00             | 0,00            |
| Estados Unidos | 0,00             | 0,00            |
| <b>Total</b>   | <b>80.003,00</b> | <b>1.639,00</b> |

*Nota 1. El tipo de cambio utilizado para los datos de Estados Unidos es el del 31 de diciembre de cada año.*

A continuación, se desglosa por país las desgravaciones y créditos fiscales recibidos durante el 2023 y 2024:

| País           | 2023           | 2024           |
|----------------|----------------|----------------|
| España         | 675.052        | 757.892        |
| Portugal       | 184.775        | 72.158         |
| Francia        | 0,00           | 0,00           |
| Estados Unidos | 0,00           | 0,00           |
| <b>Total</b>   | <b>859.827</b> | <b>830.050</b> |



## 4. Sostenibilidad en la cultura empresarial

Para el Grupo, la sostenibilidad significa integrar los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza en el desarrollo de su actividad, generando valor a medio y largo plazo para todos sus grupos de interés.

Este compromiso está reflejado en el Código Ético que además contempla las necesidades de las comunidades en las que opera y promueve una actuación responsable con el entorno.

En 2024, los principales hitos en sostenibilidad han sido:

- Aprobación del **Plan de Sostenibilidad 2024-2026**
- Realización de **4 Comités de sostenibilidad**
- Estudio de la normativa ambiental y de sostenibilidad potencialmente aplicable al Grupo en Europa, Francia y Estados Unidos
- Participación en diversos **eventos**
- Participación en proyectos que promueven la sostenibilidad como economía circular, certificación **Leather Working Group (LWG)**, **proyectos sociales**.

### 4.1. Comité de sostenibilidad

El **Comité de Sostenibilidad**, constituido en 2023, está conformado por el CEO, el Director de Finanzas y RRHH, el Director de Operaciones, la *Chief Brand Officer*, la Responsable de Sostenibilidad, el Responsable de Medioambiente, el Director IT y el Responsable de Prevención de Riesgos Laborales. Estos se reúnen periódicamente para la aprobación de proyectos e iniciativas en materia de sostenibilidad.

En 2024, se han reunido cuatro veces tratando como principales temas la aprobación del Plan de Sostenibilidad, la inclusión de la *Chief Brand Office* en el Comité, y el análisis de legislación ambiental y de sostenibilidad.

### 4.2. Escuchamos a nuestros grupos de interés

El diálogo y la interacción continua con los grupos de interés son elementos esenciales para alcanzar los objetivos corporativos, ya que permiten comprender sus necesidades, intereses y expectativas, definir estrategias, y facilitar el mantenimiento de una relación cercana y de confianza, un diálogo constante, eficiente y una comunicación transparente.

A continuación, se detallan los principales necesidades, expectativas y canales de comunicación:

| Grupos de interés   | Necesidades   | Expectativas  | Canales de comunicación  |
|---------------------|---|---|--|
| <b>Socios</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transparencia en la información</li> <li>- Lealtad</li> <li>- Continuidad del negocio</li> <li>- Atraer y retener clientes rentables</li> <li>- Incrementar la producción para clientes más pequeños.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear valor de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente</li> <li>- Crecimiento empresarial</li> <li>- Mejorar la rentabilidad</li> </ul>   | Junta de socios, Cuentas anuales, Comité de seguridad y salud, Delegados de prevención, Comité de Empresa, Jornadas internas, Estado de Información no Financiera, Reuniones presenciales, Comité de Sostenibilidad.   |
| <b>Empleados</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Respeto de los derechos humanos</li> <li>- No discriminación e igualdad de oportunidades</li> <li>- Seguridad y salud laboral.</li> <li>- Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.</li> <li>- Conciliación entre la vida laboral y familiar.</li> <li>- Salarios justos.</li> <li>- Estabilidad y seguridad laboral.</li> <li>- Comunicación transparente.</li> <li>- Incentivos y atención al bienestar de los empleados.</li> <li>- Formación en aspectos ambientales.</li> </ul>         | Departamento de Recursos Humanos, Email, Whatsapp, Tablones de anuncios, Canal de denuncias, Buzón de quejas y sugerencias, redes sociales, Comité de seguridad y salud, Delegados de prevención, Comité de Empresa, Jornadas Internas, Estado de Información no Financiera, Informe financiero anual, Reuniones presenciales, Formación |
| <b>Clientes</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relaciones comerciales honestas.</li> <li>- Productos seguros y de calidad.</li> <li>- Privacidad.</li> <li>- Transparencia.</li> <li>- Valores de la empresa.</li> <li>- Calidad del producto.</li> <li>- Buena relación calidad-precio.</li> <li>- Cumplimiento con normativas internacionales.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento de plazos.</li> <li>- Compromiso con la sostenibilidad.</li> <li>- Apoyo a la economía circular.</li> <li>- Certificaciones medioambientales.</li> <li>- Reducción del uso de químicos.</li> <li>- Propuestas de materiales sostenibles.</li> <li>- Innovación.</li> <li>- Relaciones comerciales duraderas y basadas en la confianza.</li> </ul> | Redes sociales, Web corporativa, Newsletter, Estado de Información no Financiera, Cuentas anuales, Reuniones presenciales, Servicio de Customer Care, Canal de denuncias, Colaboración y Alianzas  |
| <b>Consumidores</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor oferta de productos de calidad en tiempo reducido.</li> <li>- Zapatos de calidad y seguros.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducción del impacto ambiental.</li> <li>- Sensibilización ambiental y respecto a</li> </ul>  | Redes sociales, Estado de Información no Financiera, Informe financiero anual,   |

|                                   |  |  |   |
|-----------------------------------|--|--|---|
|                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Información precisa y clara, fácilmente comparable</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>los procesos de producción.</li> <li>- Cuidado del personal empleado.</li> <li>- Participación en proyectos sociales.</li> <li>- Trazabilidad de productos.</li> <li>- Fabricación sostenible.</li> </ul>   | Colaboración y Alianzas   |
| <b>Comunidad local y sociedad</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Preservación del medio ambiente.</li> <li>- Contribución al desarrollo local mediante la generación de empleo, ingresos fiscales y colaboración en proyectos comunitarios.</li> <li>- Formación profesional.</li> <li>- Oportunidades para personas socialmente excluidas.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inversión social.</li> <li>- Promoción de educación y cultura.</li> <li>- Integración de la empresa en el entorno.</li> <li>- Acciones sociales.</li> </ul>   | Patrocinios, Convenios de colaboración, Colaboración y Alianzas   |
| <b>Proveedores</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecimiento de condiciones mutuamente beneficiosas.</li> <li>- Relaciones comerciales a largo plazo.</li> <li>- Precios, cláusulas y expectativas justas.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo y mejora de su actividad.</li> <li>- Proceso de selección transparente y justo.</li> <li>- Colaboración mutua.</li> <li>- Preferencia por productos más sostenibles y ambientalmente responsables.</li> <li>- Reconocimiento por sus compromisos ambientales y de calidad.</li> </ul>   | Email, Redes sociales, Estado de Información no Financiera, Informe financiero anual, Canal de denuncias, Reuniones presenciales, Colaboración y Alianzas |
| <b>Medio ambiente</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducción del consumo de recursos naturales no renovables.</li> <li>- Gestión responsable de residuos y desechos.</li> <li>- Reducción de emisiones.</li> <li>- Uso de energías limpias.</li> <li>- Uso eficiente de materias primas.</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación del impacto ambiental en todas las etapas de producción.</li> <li>- Uso de materiales certificados ambientalmente.</li> <li>- Preferencia por materias primas naturales renovables y biodegradables.</li> <li>- Uso de materiales reciclados.</li> <li>- Reducción de consumo energético.</li> <li>- Desarrollo de soluciones para el fin de vida útil del producto</li> </ul> |   |

|                                  |  |   |   |
|----------------------------------|--|---|---|
| <b>Administraciones públicas</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contribución a las finanzas públicas.</li> <li>- Cumplimiento de la legislación.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en eventos e iniciativas.</li> <li>- Colaboración para promover una gestión ética y ambientalmente responsable.</li> </ul> | Email, Comité de empresa, Estado de Información no Financiera, Cuentas Anuales, Reuniones presenciales, Colaboración y Alianzas |
|----------------------------------|--|---|---|

#### 4.3. Asuntos materiales

El análisis de materialidad realizado ha permitido identificar y definir las prioridades en los aspectos social, ambiental y de gobernanza del Grupo, y así poder dar respuesta a los contenidos del presente informe y a los principales grupos de interés: accionistas, empleados, clientes, comunidad local, proveedores, sociedad e instituciones y gobierno local.

Adicionalmente, se incluye información adicional que no ha sido considerada como material para el Grupo para dar respuesta a los requerimientos exigidos por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de información no financiera y diversidad.

Los asuntos materiales definidos por el Grupo siguen vigentes en 2024.

| Áreas de Actuación                        | Asuntos materiales  |
|---|---|
| <b>Cuestiones sociales y de personal</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguridad y salud en el empleo</li> <li>- Sostenibilidad en el empleo</li> </ul>   |
| <b>Cuestiones ambientales</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento de la legislación ambiental</li> <li>- Gestión de residuos y usos sostenible de los recursos</li> </ul>               |
| <b>Cuestiones relativas a la sociedad</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguridad y salud de los consumidores</li> <li>- Calidad de nuestros productos</li> <li>- Subcontratación y proveedores</li> </ul> |

#### 4.4. Plan de sostenibilidad 2024-2026

El Grupo ha centrado sus esfuerzos en fortalecer la cultura de la sostenibilidad promoviendo el lema: *“Enfocados en la sostenibilidad entendida como: proteger, cuidar y tomar acción”*. En este marco, el Comité de Sostenibilidad ha aprobado el **Plan de Sostenibilidad 2024-2026**, que aborda seis pilares que guían y guiarán las decisiones y acciones:

- **Cuidado de la gente (Caring for people)**
- **Protegiendo el planeta (Protecting the Planet)**
- **Adoptar la circularidad (Embracing circularity)**
- **Apoyo económico (Supporting the economy)**
- **Defender la transparencia (Upholding transparency)**
- **Integrar la trazabilidad (Integrating traceability).**

Además, existen planes de acción para cada una de seis áreas. Algunos se han ejecutado ya a lo largo del ejercicio 2024 y se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La descripción se amplía en los capítulos correspondientes del presente informe: enfoque de la sostenibilidad, cuidado de las personas, protegiendo el planeta, calidad excepcional y conexión con la comunidad.



| Pilares                    | Ámbitos de actuación | Planes de acción   | Capítulos               | ODS |
|----------------------------|----------------------|--|-------------------------|-----|
| <b>Cuidado de la gente</b> | Igualdad             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fomentar la diversidad y la igualdad de oportunidades en los procesos de contratación</li> <li>- Disponer de un Plan de Igualdad en España</li> <li>- Inclusión de mujeres en el área de cortado</li> </ul>   | Cuidado de las personas |     |
|                            | Salud y seguridad    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguimiento y mejora continua de la seguridad e higiene en el trabajo a través: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Comité de seguridad</li> <li>o Análisis de salud periódicos</li> <li>o Prevención de riesgos laborales</li> <li>o Estudios ergonómicos en los puestos de riesgo</li> </ul> </li> </ul> | Cuidado de las personas |     |
|                            | Bienestar            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incentivar el ejercicio físico a través de descuentos en membresías de gimnasios.</li> </ul>  | Cuidado de las personas |     |

|                               |   |  |   |   |
|-------------------------------|---|--|---|---|
|                               | Horizonte de acceso Magnanni              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear un entorno laboral que promueva la diversidad, la igualdad de oportunidades y el respeto mutuo.</li> <li>- Crear oportunidades de prácticas y empleo adaptadas a las habilidades y capacidades de las personas con discapacidad.</li> </ul>     | Cuidado de las personas                       | <br><br> |
|                               | Programa solidario Magnanni               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Designar recursos financieros y humanos para apoyar causas filantrópicas que reflejen los valores de la empresa.</li> </ul>   | Conexión con la comunidad                     |    |
| <b>Protegiendo el planeta</b> | Zapatos de ecodiseño                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualización continua sobre la legislación ambiental y de los procesos de diseño para cumplir con los estándares y regulaciones pertinentes.</li> </ul>  | Protegiendo el planeta                        |   |
|                               | Magnnani Lab                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaborar con universidades y organizaciones de investigación ambiental.</li> <li>- Comprar pieles y otros componentes certificados y documentarlos.</li> </ul>   | Protegiendo el planeta<br>Calidad Excepcional | <br>  |
|                               | Proyecto de seguridad química de Magnanni | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar y reemplazar químicos nocivos con opciones más seguras.</li> <li>- Hacer cumplir el protocolo Magnanni para todos los componentes.</li> <li>- Analizar los productos para descartar que lleven PFAs y en su caso sustituirlos.</li> </ul> | Calidad Excepcional                           |   |

|                                   |   |  |   |   |
|-----------------------------------|---|--|---|---|
|                                   |   | - Establecer procesos de revisión continua para evaluar el impacto ambiental de los químicos.  |   |   |
| Plan de acción climática Magnnani | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar medidas para reducir y evitar las emisiones de carbono en todas las operaciones.</li> <li>- Medir anualmente la huella de carbono de alcance 1 y 2.</li> <li>- Revisar el packaging de toda la actividad para hacer uso de fuentes controladas. Tener en cuenta: Reutilización de los envases B2B. Reciclabilidad a gran escala de todos los envases (B2B y B2C). Medidas sobre el ratio de espacio vacío en el envase. Mismas medidas para los operadores en línea.</li> <li>- Reutilizar las cajas en la medida de lo posible en la actividad.</li> <li>- Evaluar regularmente la demanda de productos y ajustar la producción en consecuencia.</li> </ul> | <p>Protegiendo el planeta</p> <p>Calidad Excepcional</p>   | <br><br> |   |
| <b>Apoyo económico</b>            | <p>Magnanni School (Alianzas educativas exclusivas)</p> <p>Programa proveedores locales de confianza</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seguir con la escuela en Portugal en la que se forma a mujeres en riesgo de exclusión social.</li> <li>- Identificar proveedores locales con compromiso con la sostenibilidad (certificación LWG).</li> <li>- Establecer relaciones a largo plazo basadas en</li> </ul> | <p>Conexión con la comunidad</p> <p>Calidad Excepcional</p> <p>Conexión con la comunidad</p>  | <br><br> |

|                                  |  |  |  |
|----------------------------------|--|--|--|
|                                  |  | la confianza y la transparencia.   |  |
|                                  |  | - Priorizar la contratación de proveedores locales.  |  |
|                                  | Asociación para el desarrollo comunitario      | - Establecer alianzas con instituciones y organizaciones comunitarias y sectoriales.   | Conexión con la comunidad<br>   |
| <b>Adoptar la circularidad</b>   | Circularidad en casa                           | - Establecer sistemas de gestión de residuos que permitan recoger, separar y procesar los residuos internos de manera eficiente.<br>- Facilitar el intercambio de residuos o subproductos de la producción entre Magnanni y sus socios proveedores.<br>- Establecer niveles de stock óptimos para cada producto.<br>- Identificar y clasificar los productos descatalogados en función de su estado (nuevos, usados, dañados, etc.). | Protegiendo el planeta<br>  |
| <b>Integrar la trazabilidad</b>  | Trazabilidad de la base de datos               | - Evaluar y seleccionar un sistema de gestión de compras informatizado.  | Calidad Excepcional<br>   |
|                                  | Red sostenible en la cadena de valor           | - Continuar avanzando en el protocolo Magnanni.  | Calidad Excepcional<br>   |
| <b>Defender la transparencia</b> | Plan de comunicación interno de sostenibilidad | - Reuniones bimestrales del Comité de Sostenibilidad para tratar los asuntos en materia de sostenibilidad.<br>- Diálogo de sostenibilidad Magnanni.  | Sostenibilidad en la cultura empresarial<br><br>Sostenibilidad en la cultura empresarial<br> |

#### 4.5. Participación en eventos 2024

A lo largo del año, el Grupo ha estado presente en diversos eventos, jornadas, y actividades formativas centradas en la sostenibilidad, la economía circular y la transformación corporativa. A continuación, se detallan las principales participaciones:

- Jornada “**Economía Circular: la vía más humana y sostenible para las empresas**”, organizada por INESCOP, con el objetivo de conocer los retos que afronta el sector en cuanto a sostenibilidad y qué casos de éxito han conseguido reforzar su competitividad empresarial mediante la implementación de la economía circular.
- Participación en la primera edición del Grupo de co-inspección “**Las compañías españolas frente al reto de la directiva de información sobre sostenibilidad**”, organizada por KPMG, centrada en el impacto de la nueva directiva europea sobre sostenibilidad en las compañías españolas.
- “**La relevancia creciente de la transformación sostenible en la estrategia corporativa**”. Sesión del Grupo de Co-inspiración de Marcas Renombradas, sesión realizada por KPMG.
- “**El nuevo mandato sostenible en la agenda de las direcciones financieras**”. Encuentro del Grupo de Co-inspiración de Marcas Renombradas, sesión realizada por KPMG.
- **Jornada de Ecodiseño en el sector de los componentes para el calzado**. Organizada por la Asociación Española para la Calidad (AEC), esta jornada profundizó en el ecodiseño como herramienta clave para una producción más sostenible en el sector calzado.
- **Redefiniendo la Cadena de Suministro: Nuevas obligaciones en materia de sostenibilidad impuestas por la Unión Europea**. Evento organizado por PwC, en el que se abordaron los nuevos marcos normativos europeos y su impacto en las cadenas de suministro.
- **MOVE! Sustainable Fashion Summit**. La jornada empresarial, centrada en la transformación sostenible del negocio de la moda, que reúne a los líderes del sector, abordando temas como la financiación, la escalabilidad o la legislación.
- **Ciclo de jornadas sobre debida diligencia**. Organizado por la Cámara de Comercio de Alicante, este ciclo abordó los retos y obligaciones relacionados con la debida diligencia en sostenibilidad empresarial.
- **Feria hábitat de Valencia**. Exposición del proyecto de economía circular en colaboración con la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Alicante (EASDA), destacando propuestas innovadoras de diseño sostenible.

- **'La sostenibilidad como oportunidad de generación de impacto en el sector alta gama'.** Evento enfocado en cómo las marcas de alta gama pueden liderar en impacto positivo a través de estrategias sostenibles.
- **'El reto de la digitalización de la transformación sostenible'.** Sesión del Grupo de Co-inspiración de Marcas Renombradas donde se debatió sobre el papel de la digitalización en los procesos sostenibles.
- **'La relevancia creciente de la transformación sostenible en la estrategia corporativa'.** Se abordó la relevancia creciente de la transformación sostenible en la estrategia corporativa.



## 5. Cuidado de la gente

Las personas que integran el Grupo representan nuestro recurso más valioso. Por ello, el Grupo mantiene un firme compromiso con su seguridad y salud, bienestar y desarrollo del conocimiento. Día a día, los profesionales contribuyen al desarrollo de las actividades del Grupo y a la generación de valor a medio y largo plazo.

### 5.1. Perfil de la plantilla

Al cierre de 2024, la plantilla del Grupo alcanzaba las 540 personas, con una representación casi equilibrada: 56% mujeres y 44% hombres.

El Grupo tiene presencia en Europa (95%) y Estados Unidos (5%). Debido a la naturaleza industrial de la actividad, la mayor parte de la plantilla corresponde a personal de fábrica. Con respecto a la estabilidad de la plantilla, el porcentaje de contratos indefinidos y contratos fijos discontinuos al cierre de 2024 ascendió al 98%, mejorando la cifra del 95% registrada en 2023.

Por categorías profesionales, el personal obrero representa el 84% respecto al total de la plantilla, seguido de un 7% de administrativos. El resto de plantilla se distribuye entre encargados, jefes de área, delegados comerciales y directivos.

A continuación, se detalla la plantilla a cierre del ejercicio de los dos últimos períodos:

| <b>Plantilla por países<sup>1</sup></b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> |
|---|-------------|-------------|
| España                                  | 294         | 292         |
| Portugal                                | 206         | 217         |
| EEUU                                    | 25          | 25          |
| Francia                                 | 5           | 6           |
| <b>Total</b>                            | <b>530</b>  | <b>540</b>  |

| <b>Plantilla por Sexo<sup>1</sup></b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> |
|---------------------------------------|-------------|-------------|
| Hombre                                | 238         | 236         |
| Mujer                                 | 292         | 304         |
| <b>Total</b>                          | <b>530</b>  | <b>540</b>  |

| <b>Plantilla por rango de edad y sexo<sup>1</sup></b> | <b>2023</b>   |              |              | <b>2024</b>   |              |              |
|---|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
|   | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b> | <b>Total</b> | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b> | <b>Total</b> |
| Más de 50 años  | 84            | 100          | 184          | 86            | 115          | 201          |
| 30-50 años  | 118           | 152          | 270          | 113           | 150          | 263          |
| Menos de 30 años                                      | 36            | 40           | 76           | 37            | 39           | 76           |
| <b>Total</b>  | <b>238</b>    | <b>292</b>   | <b>530</b>   | <b>236</b>    | <b>304</b>   | <b>540</b>   |

<sup>1</sup> No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

| <b>Plantilla por categoría profesional y sexo<sup>1</sup></b> | <b>2023</b>   |              |              | <b>2024</b>   |              |              |
|---|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
|   | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b> | <b>Total</b> | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b> | <b>Total</b> |
| Personal obrero   | 185           | 261          | 446          | 177           | 274          | 451          |
| Encargados  | 14            | 3            | 17           | 13            | 4            | 17           |
| Empleados administrativos y comerciales                       | 15            | 22           | 37           | 19            | 19           | 38           |
| Delegados comerciales   | 9             | 2            | 11           | 12            | 2            | 14           |
| Jefes de área   | 9             | 4            | 13           | 9             | 4            | 13           |
| Directivos y Director comercial                               | 6             | 0            | 6            | 6             | 1            | 7            |
| <b>Total</b>  | <b>238</b>    | <b>292</b>   | <b>530</b>   | <b>236</b>    | <b>304</b>   | <b>540</b>   |

| <b>Plantilla por tipo de contrato, tipo de empleo y sexo<sup>1</sup></b> | <b>2023</b>   |              |              | <b>2024</b>   |              |              |
|--|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
|  | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b> | <b>Total</b> | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b> | <b>Total</b> |
| Temporal a tiempo completo   | 8             | 17           | 25           | 3             | 7            | 10           |
| Fijo discontinuo   | 24            | 14           | 38           | 14            | 5            | 19           |
| Indefinido a tiempo completo   | 203           | 254          | 457          | 218           | 278          | 496          |
| Indefinido a tiempo parcial  | 3             | 7            | 10           | 1             | 14           | 15           |
| <b>Total</b>   | <b>238</b>    | <b>292</b>   | <b>530</b>   | <b>236</b>    | <b>304</b>   | <b>540</b>   |

### Plantilla media

A continuación, se detalla la plantilla media de los años 2023 y 2024 desglosada por sexo, edad y categoría profesional tanto por tipo de contrato como tipo de empleo. La plantilla media del año 2024 se situó en 497,17, un 4% inferior con respecto a los 520,38 trabajadores del ejercicio 2023.

| <b>Plantilla media por tipo de contrato, tipo de empleo y sexo<sup>2</sup></b> | <b>2023</b>   |               |               | <b>2024</b>   |               |               |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|  | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b>  | <b>Total</b>  | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b>  | <b>Total</b>  |
| Temporal a tiempo completo   | 2,85          | 8,79          | 11,64         | 2,43          | 5,60          | 8,03          |
| Temporal a tiempo parcial  | 0,06          | 0,00          | 0,06          | 0,00          | 0,00          | 0,00          |
| Fijo discontinuo   | 23,33         | 14,45         | 37,78         | 11,87         | 4,61          | 16,48         |
| Indefinido a tiempo completo   | 213,71        | 250,59        | 464,30        | 212,57        | 250,88        | 463,45        |
| Indefinido a tiempo parcial  | 1,84          | 4,76          | 6,60          | 0,50          | 8,71          | 9,21          |
| <b>Total</b>   | <b>241,79</b> | <b>278,59</b> | <b>520,38</b> | <b>227,37</b> | <b>269,80</b> | <b>497,17</b> |

<sup>2</sup> No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

| <b>Plantilla media por tiempo de contrato, empleo y edad<sup>2</sup></b> | <b>2023</b>   |               |              |               | <b>2024</b>   |               |              |               |
|--|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
|  | > 50          | 30-50         | < 30         | Total         | > 50          | 30-50         | < 30         | Total         |
| Temporal a tiempo completo   | 1,32          | 7,16          | 3,17         | 11,65         | 0,02          | 3,86          | 4,15         | 8,03          |
| Temporal a tiempo parcial  | 0,00          | 0,00          | 0,06         | 0,06          | 0,00          | 0,00          | 0,00         | 0,00          |
| Fijo discontinuo   | 10,60         | 17,51         | 9,67         | 37,78         | 6,58          | 7,25          | 2,64         | 16,47         |
| Indefinido a tiempo completo   | 174,86        | 232,97        | 56,47        | 464,30        | 182,37        | 222,64        | 58,44        | 463,45        |
| Indefinido a tiempo parcial  | 0,13          | 5,14          | 1,33         | 6,60          | 0,33          | 8,03          | 0,86         | 9,22          |
| <b>Total</b>   | <b>186,90</b> | <b>262,78</b> | <b>70,70</b> | <b>520,38</b> | <b>189,30</b> | <b>241,78</b> | <b>66,09</b> | <b>497,17</b> |

| <b>Plantilla media por categoría profesional y sexo<sup>2</sup></b> | <b>2023</b>   |               |               | <b>2024</b>   |               |               |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|   | Hombre        | Mujer         | Total         | Hombre        | Mujer         | Total         |
| Personal obrero   | 187,54        | 250,60        | 438,14        | 171,30        | 242,12        | 413,42        |
| Encargados  | 13,50         | 3,00          | 16,50         | 12,50         | 3,16          | 15,65         |
| Empleados administrativos y comerciales                             | 17,00         | 19,75         | 36,75         | 17,85         | 18,05         | 35,90         |
| Delegados comerciales   | 7,95          | 1,25          | 9,20          | 10,72         | 1,98          | 12,70         |
| Jefes de área   | 9,29          | 4,00          | 13,29         | 9,00          | 3,94          | 12,93         |
| Directivos  | 6,50          | 0,00          | 6,50          | 6,00          | 0,55          | 6,55          |
| <b>Total</b>  | <b>241,78</b> | <b>278,60</b> | <b>520,38</b> | <b>227,37</b> | <b>269,80</b> | <b>497,17</b> |

| <b>Plantilla media por categoría profesional y edad<sup>2</sup></b> | <b>2023</b>   |               |              |               | <b>2024</b>   |               |              |               |
|---|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
|   | >50           | 30-50         | <30          | Total         | >50           | 30-50         | >30          | Total         |
| Personal obrero   | 163,90        | 212,34        | 61,90        | 438,14        | 163,80        | 194,90        | 54,81        | 413,42        |
| Encargados  | 9,00          | 7,50          | 0,00         | 16,50         | 9,00          | 6,70          | 0,00         | 15,65         |
| Empleados administrativos y comerciales                             | 8,00          | 20,95         | 7,80         | 36,75         | 9,00          | 19,10         | 7,80         | 35,90         |
| Delegados comerciales   | 1,00          | 7,20          | 1,00         | 9,20          | 1,00          | 8,10          | 3,60         | 12,70         |
| Jefes de área   | 4,00          | 9,29          | 0,00         | 13,29         | 4,00          | 8,90          | 0,00         | 12,93         |
| Directivos  | 1,00          | 5,50          | 0,00         | 6,50          | 2,60          | 4,00          | 0,00         | 6,55          |
| <b>Total</b>  | <b>186,90</b> | <b>262,78</b> | <b>70,70</b> | <b>520,38</b> | <b>189,30</b> | <b>241,78</b> | <b>66,09</b> | <b>497,17</b> |

Nota 1. No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

En 2024, las horas de absentismo en España fueron 24.544<sup>3</sup> (17.040 horas en 2023). En Portugal las horas de absentismo fueron 48.580<sup>4</sup> (53.956 horas en 2023).

<sup>3</sup> Las horas de absentismo incluyen las contingencias profesionales comunes y horas por accidente laboral.

<sup>4</sup> Las horas de absentismo incluyen accidentes de trabajo, dolencia profesional certificada y no certificada, dolencia no profesional, por asistencia inaplazable a hijo, nieto o a un miembro del núcleo familiar, fallecimiento de cónyuge, pariente o familiar, maternidad y paternidad, ausencias autorizadas o aprobadas por el empleado, otras ausencias justificadas y ausencias injustificadas.

Las horas de absentismo del año 2023, se han recalculado para hacerlas comparativas con el ejercicio 2024.

## 5.2. Tasa de rotación y desvinculación laboral

A lo largo del año 2024, se produjeron 56 nuevas incorporaciones (89 en 2023) y 42 bajas (80 en 2023), situándose la tasa de la rotación en el 7,20<sup>5</sup>%.

Durante el año se registraron 7 desvinculaciones (21 en 2023). A continuación, se muestran desglosados por sexo, rango de edad y categoría profesional.

| <b>Despidos por edad<sup>6</sup></b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> |
|--------------------------------------|-------------|-------------|
| <30                                  | 11          | 1           |
| 30-50                                | 8           | 5           |
| >50                                  | 2           | 1           |
| <b>Total</b>                         | <b>21</b>   | <b>7</b>    |

| <b>Despidos por sexo<sup>5</sup></b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> |
|--------------------------------------|-------------|-------------|
| Hombre                               | 12          | 0           |
| Mujer                                | 9           | 7           |
| <b>Total</b>                         | <b>21</b>   | <b>7</b>    |

| <b>Despidos por categoría profesional<sup>5</sup></b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> |
|---|-------------|-------------|
| Personal obrero                                       | 16          | 6           |
| Empleados administrativos y comerciales               | 2           | 1           |
| Delegados comerciales                                 | 1           | 0           |
| Jefes de área   | 1           | 0           |
| Directivos  | 1           | 0           |
| <b>Total</b>  | <b>21</b>   | <b>7</b>    |

## 5.3. Desarrollo de talento

Con el objetivo de fomentar el crecimiento de las personas, las acciones formativas del ejercicio responden a las necesidades detectadas en diferentes procesos, lo que asegura el aprendizaje continuo y actualizado.

Si bien el Grupo no dispone de una política corporativa de formación y un plan de formación global, las distintas áreas funcionales y las fábricas diseñan sus propios itinerarios formativos según prioridades y necesidades. Además, cuando un nuevo empleado se incorpora o cambia su posición interna recibe una formación específica durante aproximadamente dos meses.

<sup>5</sup> La tasa de rotación incluye bajas voluntarias, involuntarias, fin de contrato etc. de cualquier persona que haya estado al menos un día en la empresa.

<sup>6</sup> Los datos incluyen tanto despidos como desvinculaciones antes de finalizar periodo de prueba.

Durante 2024, se han impartido un total de 126 horas frente a las 565 horas de 2023, lo que representa una disminución del 78%. Esta se debe a que, en el ejercicio anterior, el personal de Dirección, administrativo y jefes de área realizaron formaciones específicas.

La formación se ha impartido en modalidad online (51% horas), y presencial (49% horas).

| Categoría profesional (horas)  | 2023*      | 2024*      |
|--|------------|------------|
| Personal obrero  | 0          | 56         |
| Encargados   | 0          | 2          |
| Empleados administrativos y comerciales (administrativos-auxiliares/administrativos subalternos) | 131        | 34         |
| Delegados comerciales  | 38         | 0          |
| Jefes de área  | 83         | 3          |
| Direktivos y director comercial  | 313        | 31         |
| <b>Total</b>   | <b>565</b> | <b>126</b> |

\*Nota. En 2023 y 2024 la mayor parte de las horas de formación se han impartido en España.

#### 5.4. Igualdad y diversidad

El Grupo promueve la dignidad, la integridad y la no discriminación en el entorno de trabajo. Este compromiso está reflejado en el Código Ético: *"Promoveremos la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en lo que se refiere al acceso al empleo, a la formación, a la promoción profesional, a las condiciones de trabajo y a los bienes, servicios y suministros, siendo los criterios a seguir: el talento, el mérito, la capacidad, el esfuerzo, el resultado en el desempeño, la formación, la experiencia y el potencial del empleado"*.

Además, en el procedimiento de selección y promoción de personal, se establecen específicamente las medidas necesarias para garantizar la igualdad de oportunidades (ej. hacer públicos los criterios de contratación y selección a toda la plantilla, realizar programas de sensibilización y orientación en los principios de igualdad, etc.).

A su vez, en este documento se definen los puestos de trabajo en función de sus características técnicas y competenciales, así como de sus cometidos específicos, sin añadir cuestiones que no estén relacionadas con el desempeño real del puesto.

Por otro lado, el Grupo procura aumentar la presencia de mujeres en aquellas posiciones que históricamente han sido ocupadas por hombres.

A nivel nacional, existe la obligación de que las empresas con más de 50 empleados dispongan de un Plan de Igualdad. Este requerimiento aplica a la Sociedad SBA Factory Shoes S.L.U., que, dispone de su Plan de Igualdad.

Asimismo, el Grupo se compromete con la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación mediante la implementación del **Protocolo de actuación frente al acoso moral, sexual y acoso por razón de sexo** (*para la sociedad SBA FACTORY SHOES, S.L.U.*). En este documento, el Grupo se compromete a velar por un entorno exento de riesgos y a adaptar medidas para prevenir la aparición de conductas de violencia laboral física y/o psicológica en la empresa. Asimismo, asigna los recursos necesarios, investigar, denunciar, mediar y sancionar conforme a lo previsto en el protocolo.

En España, el Grupo dispone de canales de denuncia (físicos y online), en los que se puede comunicar cualquier incidencia ocurrida en materia de acoso. Dicha comunicación puede realizarse de manera anónima.

En 2024, se recibió una denuncia (ninguna en 2023). El Comité de Igualdad puso en marcha el protocolo antiacoso y dicha denuncia fue desestimada a la finalización de la investigación.

#### **Discapacidad**

En el año 2024 el número medio de empleados que tenía alguna discapacidad fue de 9 personas (14 personas en 2023).

| Empleados con discapacidad | 2023 | 2024 |
|----------------------------|------|------|
|                            | 14   | 9    |

En la actualidad, no existe una política formal sobre accesibilidad universal. No obstante, en las fábricas se van adaptando, en la medida de lo posible, algunas instalaciones como aseos o las zonas de acceso a las oficinas.

#### **5.5. Conciliación y beneficios sociales**

La jornada de trabajo se organiza en conformidad con la legislación vigente de cada país y de acuerdo con el convenio colectivo correspondiente. En la Sociedad SBA también se organiza el tiempo de trabajo conforme a lo pactado con la representación legal de los trabajadores.

El Grupo no cuenta con una política de desconexión como tal, pero ha implementado iniciativas que promueven la conciliación familiar y personal entre las que destacan: la jornada intensiva los viernes lleva años implementada en todos los puestos de España. También se practica la jornada continua en España en los meses de verano entre el personal de oficina y el de las secciones de guarnecido, corte y almacén (y durante las alertas naranjas o rojas por ola de calor, también en la sección del montado). El personal de oficina de España disfruta todo el año de horario flexible, que debe adaptar cada departamento a las necesidades del puesto. Asimismo, se favorece la desconexión digital fuera del tiempo de trabajo.

Además, en España se ha firmado un acuerdo con un gimnasio, fisioterapia y masaje en el que se aplican descuentos y ciertos beneficios a los empleados y familiares.

Este año es especialmente reseñable que, en Estados Unidos, se ha adoptado la jornada intensiva.

##### **- Política retributiva**

El Grupo adopta políticas de remuneración orientadas a apostar por condiciones de empleo dignas y reconocer la contribución individual de acuerdo con los principios de igualdad, equidad y mérito.

En España se realizó una auditoría retributiva en el año 2022 que ha servido de base para el Plan de Igualdad.

Por su parte, en Portugal se realizó un plan de evaluación de la brecha salarial de género para dar cumplimiento al artículo 5 de Ley 60/2018 en las secciones de corte, montaje, practicantes y responsables.

A continuación, se detalla la remuneración media desglosada por sexo, rango de edad y categoría profesional, así como la brecha salarial de los dos últimos ejercicios. Dichas cifras incluyen el salario base, la remuneración variable y otros complementos.

| Remuneración media por país y sexo (euros) <sup>7</sup> | 2023   |        | 2024   |        |
|---|--------|--------|--------|--------|
|   | Hombre | Mujer  | Hombre | Mujer  |
| España  | 24.547 | 19.601 | 25.749 | 20.974 |
| Portugal  | 19.018 | 11.856 | 20.734 | 12.717 |
| Francia   | 32.638 | 32.633 | 27.983 | 32.910 |
| EEUU  | 96.759 | 53.921 | 96.444 | 62.016 |

| Remuneración media por país, edad y sexo (euros) <sup>6</sup> | 2023   |        |        |        |         |        |
|---|--------|--------|--------|--------|---------|--------|
|   | <30    |        | 30-50  |        | >50     |        |
|   | Hombre | Mujer  | Hombre | Mujer  | Hombre  | Mujer  |
| España  | 19.163 | 22.740 | 27.367 | 19.720 | 22.740  | 19.888 |
| Portugal  | 11.987 | 11.423 | 13.322 | 12.171 | 28.388  | 11.608 |
| Francia   | *      | N/A    | 32.967 | *      | N/A     | N/A    |
| EEUU  | 56.888 | 47.349 | 98.844 | *      | 117.823 | N/A    |

NA: no hay personas en ese rango de edad.

\*La información es de carácter confidencial, ya que solo hay una persona en ese rango de edad.

| Remuneración media por país, edad y sexo (euros) <sup>6</sup> | 2024   |        |        |        |         |        |
|---|--------|--------|--------|--------|---------|--------|
|   | <30    |        | 30-50  |        | >50     |        |
|   | Hombre | Mujer  | Hombre | Mujer  | Hombre  | Mujer  |
| España  | 19.464 | 18.248 | 29.139 | 20.672 | 23.535  | 22.213 |
| Portugal  | 13.007 | 12.259 | 13.447 | 13.004 | 28.410  | 12.533 |
| Francia   | 25.049 | N/A    | 31.914 | 32.910 | N/A     | N/A    |
| EEUU  | 61.065 | 55.239 | 92.947 | 76.598 | 137.988 | N/A    |

NA: no hay personas en ese rango de edad.

\*La información es de carácter confidencial, ya que solo hay una persona en ese rango de edad.

<sup>7</sup> Las remuneraciones medias de los seis socios con labores ejecutivas no se reportan por motivo de confidencialidad. Asimismo, las remuneraciones medias son calculadas con los FTE, quienes representan el 74% de la plantilla.

| Remuneración media por categoría profesional, sexo y país (euros) <sup>6</sup> | 2023       |       |   |        |            |        |                 |        |               |        |                       |       |
|--|------------|-------|---|--------|------------|--------|-----------------|--------|---------------|--------|-----------------------|-------|
|  | Directivos |       | Empleados administrativos y comerciales |        | Encargados |        | Personal obrero |        | Jefes de área |        | Delegados comerciales |       |
|  | Hombre     | Mujer | Hombre                                  | Mujer  | Hombre     | Mujer  | Hombre          | Mujer  | Hombre        | Mujer  | Hombre                | Mujer |
| España   | 152.413    | N/A   | 37.457                                  | 25.796 | 35.410     | 31.560 | 18.787          | 17.862 | 55.262        | 38.726 | *                     | N/A   |
| Portugal   | *          | N/A   | N/A                                     | 16.072 | *          | *      | 13.359          | 11.644 | *             | *      | N/A                   | N/A   |
| Francia  | N/A        | N/A   | N/A                                     | N/A    | N/A        | N/A    | N/A             | N/A    | N/A           | N/A    | 32.638                | N/A   |
| EEUU   | 259.557    | N/A   | 68.448                                  | 47.349 | N/A        | N/A    | 40.545          | 37.562 | 93.744        | 86.096 | 132.361               | N/A   |

NA: no hay personas en esa categoría profesional.

\*La información es de carácter confidencial, ya que solo hay una persona en ese rango de edad.

| Remuneración media por categoría profesional, sexo y país (euros) <sup>6</sup> | 2024       |       |   |        |            |        |                 |        |               |        |                       |       |
|--|------------|-------|---|--------|------------|--------|-----------------|--------|---------------|--------|-----------------------|-------|
|  | Directivos |       | Empleados administrativos y comerciales |        | Encargados |        | Personal obrero |        | Jefes de área |        | Delegados comerciales |       |
|  | Hombre     | Mujer | Hombre                                  | Mujer  | Hombre     | Mujer  | Hombre          | Mujer  | Hombre        | Mujer  | Hombre                | Mujer |
| España   | 166.155    | *     | 38.709                                  | 26.681 | 37.645     | 32.744 | 19.283          | 18.277 | 59.413        | 40.998 | *                     | *     |
| Portugal   | N/A        | N/A   | N/A                                     | *      | *          | 20.427 | 14.213          | 12.502 | *             | *      | N/A                   | N/A   |
| Francia  | *          | N/A   | N/A                                     | N/A    | N/A        | N/A    | N/A             | N/A    | N/A           | N/A    | 27.983                | *     |
| EEUU   | 267.661    | N/A   | 65.204                                  | 55.239 | N/A        | N/A    | 42.601          | 40.140 | 90.018        | *      | 119.788               | N/A   |

NA: no hay personas en esa categoría profesional.

\*La información es de carácter confidencial, ya que solo hay una persona en ese rango de edad.

### Brecha salarial

En las siguientes tablas se detalla la brecha salarial existente entre hombres y mujeres, desglosada por país, para los ejercicios 2023 y 2024.

La brecha salarial se ha calculado como la diferencia entre el salario medio de hombres y el de mujeres, dividido entre el salario medio de hombres. Un porcentaje superior a cero representa el porcentaje de salario que la mujer percibe por debajo del hombre; un porcentaje inferior a cero significa el porcentaje de salario que la mujer percibe por encima del hombre.

La brecha existente se ve condicionada por una serie de factores como:

- La masculinización histórica de ciertas secciones del sector del calzado (Corte y Montado), y feminización histórica de otras (Guarnecido), siendo las áreas tradicionalmente ocupadas por hombres las que precisan más formación o cualificación y por tanto suelen estar mejor remuneradas.
- Las mujeres que se postulan y ocupan puestos para la fábrica tienen una menor capacitación que los hombres.
- Concentración de las mujeres en personal obrero, administrativo y comercial.

| <b>Remuneraciones<br/>medias totales<sup>8</sup></b> | <b>2023</b>   |              |               | <b>2024</b>   |              |               |
|--|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
|  | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b> | <b>Brecha</b> | <b>Hombre</b> | <b>Mujer</b> | <b>Brecha</b> |
| España   | 24.547        | 19.601       | 20%           | 25.749        | 20.974       | 19%           |
| Portugal   | 19.018        | 11.856       | 38%           | 20.734        | 12.717       | 39%           |
| Francia  | 32.638        | 32.633       | 0%            | 27.983        | 32.910       | -18%          |
| EE. UU.  | 96.759        | 53.921       | 44%           | 96.444        | 62.016       | 36%           |

- Explicaciones sobre la brecha salarial en 2024 y su evolución frente a 2023.

En este ejercicio, la brecha salarial se ha reducido ligeramente en el mercado portugués (1%) y estadounidense (8%) con respecto al ejercicio anterior. En Francia, las mujeres cobran un 18% por encima de los hombres. En España la brecha se ha reducido en un punto con respecto al ejercicio anterior, debido al mix de diferentes secciones, pero se ha reducido en casi todas las categorías individuales. Dentro de las fábricas, a las que pertenece la mayor parte del personal, la brecha en España ha crecido ligeramente en 0,3 puntos.

#### Explicación de la brecha salarial del personal obrero

Las fábricas de España y Portugal se localizan en zonas con mucha tradición zapatera, y en ellas, históricamente las mujeres guarnecen (cosen), y los hombres cortan y montan, siendo el guarnecido la parte del proceso productivo con salarios más bajos, dado que son puestos que requieren de menor formación y especialización. A esto se une que existe una mayor oferta que para el resto de las posiciones de personal obrero.

La empresa toma medidas para combatir esta segregación por puestos, y poco a poco logra una permeabilidad en ambas direcciones. Sin embargo, cuando las mujeres empiezan a trabajar en secciones donde antes sólo había hombres, cuentan con muy poca antigüedad en comparación con sus compañeros, aumentando la brecha de esa sección.

En las siguientes tablas, se amplía la información sobre la brecha salarial del personal obrero, quienes en 2024 representan el 83% de la plantilla, cifra muy similar al ejercicio anterior.

Además, se ha incluido la variable del país (ya que los salarios medios de cada uno varían significativamente), y de la sección específica dentro de la fábrica, debido a que cada una requiere un diferente periodo de formación y nivel de especialización:

<sup>8</sup> Las remuneraciones medias de los seis socios con labores ejecutivas no se reportan por motivo de confidencialidad.

| País          | 2023         |            |               |              |               |            |              |
|---------------|--------------|------------|---------------|--------------|---------------|------------|--------------|
|               | Hombres      |            |               |              | Mujeres       |            |              |
|               | FTEs         | Antigüedad | Salario       | Brecha       | Salario       | Antigüedad | FTEs         |
| ESPAÑA        | <b>158,9</b> | <b>8,4</b> | <b>18.787</b> | <b>4,9%</b>  | <b>17.862</b> | <b>9,5</b> | <b>81,8</b>  |
| Almacén       | 3,0          | 10,6       | 18.816        | 8,4%         | 17.381        | 1,8        | 2,8          |
| Corte         | 24,8         | 7,6        | 18.503        | 3,6%         | 17.836        | 4,9        | 8,8          |
| Guarnecido    | 1,0          | 18,3       | *             | 3,6%         | 18.090        | 15,9       | 30,8         |
| Limpieza      | N/A          | N/A        | N/A           | N/A          | 16.921        | 7,1        | 3,2          |
| Montado       | 106,2        | 8,3        | 18.816        | 5,2%         | 17.845        | 6,8        | 32,5         |
| Suelas        | 18,3         | 9,7        | 19.206        | N/A          | N/A           | N/A        | N/A          |
| Cinturones    | 5,6          | 6,6        | 18.019        | 3,7          | 17.345        | 3,4        | 3,8          |
| PORTRUGAL     | <b>24,6</b>  | <b>4,0</b> | <b>13.359</b> | <b>12,8%</b> | <b>11.644</b> | <b>4,5</b> | <b>168,3</b> |
| Almacén       | 1,0          | *          | *             | N/A          | N/A           | N/A        | N/A          |
| Corte         | 3,0          | 9,0        | 12.929        | 7,5%         | 11.954        | 2,6        | 1,1          |
| Guarnecido    | 4,0          | 10,2       | 13.128        | 11,7%        | 11.596        | 5,3        | 125,0        |
| Montado       | 16,6         | 2,4        | 13.462        | 14,2%        | 11.545        | 2,6        | 33,4         |
| Cinturones    | N/A          | N/A        | N/A           | N/A          | 12.662        | 1,3        | 8,8          |
| USA           | <b>4,0</b>   | <b>1,6</b> | <b>40.545</b> | <b>7,4%</b>  | <b>37.562</b> | <b>2,7</b> | <b>0,4</b>   |
| Almacén       | 4,0          | 1,6        | 40.545        | 7,4%         | 37.562        | 2,7        | 0,4          |
| Total General | <b>187,5</b> | <b>7,5</b> | <b>18.535</b> | <b>26,0%</b> | <b>13.719</b> | <b>6,0</b> | <b>250,6</b> |

\* El salario indicado no se reporta por motivos de confidencialidad al solo ser una persona en esta sección.

| País          | 2024         |             |               |                |               |             |              |
|---------------|--------------|-------------|---------------|----------------|---------------|-------------|--------------|
|               | Hombres      |             |               |                | Mujeres       |             |              |
|               | FTEs         | Antigüedad  | Salario       | Brecha         | Salario       | Antigüedad  | FTEs         |
| ESPAÑA        | <b>145,6</b> | <b>10,4</b> | <b>19.283</b> | <b>-5,22%</b>  | <b>18.277</b> | <b>10,2</b> | <b>82,8</b>  |
| Almacén       | 5,0          | 8,0         | 18.575        | -3,16%         | 17.989        | 3,3         | 2,8          |
| Corte         | 27,9         | 8,7         | 18.871        | -4,08%         | 18.101        | 5,2         | 10,2         |
| Guarnecido    | 1,0          | 20,3        | *             | -3,19%         | 18.535        | 15,7        | 31,8         |
| Limpieza      | N/A          | N/A         | N/A           | N/A            | 17.034        | 7,3         | 3,8          |
| Montado       | 94,4         | 10,5        | 19.466        | -5,86%         | 18.325        | 8,3         | 29,5         |
| Suelas        | 13,3         | 13,1        | 19.364        | N/A            | N/A           | N/A         | N/A          |
| Cinturones    | 4,0          | 10,2        | 18.485        | -3,82%         | 17.780        | 4,3         | 4,7          |
| PORTRUGAL     | <b>21,7</b>  | <b>5,8</b>  | <b>14.213</b> | <b>-12,04%</b> | <b>12.502</b> | <b>6,1</b>  | <b>158,9</b> |
| Almacén       | 1,2          | 2,8         | *             | N/A            | N/A           | N/A         | N/A          |
| Corte         | 3,2          | 8,3         | 14.166        | -11,10%        | *             | 4,2         | 1,5          |
| Guarnecido    | 3,9          | 12,2        | 13.788        | -10,10%        | 12.396        | 6,9         | 116,1        |
| Montado       | 13,3         | 4,2         | 14.371        | -13,71%        | 12.400        | 4,1         | 28,2         |
| Cinturones    | N/A          | N/A         | N/A           | N/A            | 13.652        | 3,2         | 13,1         |
| USA           | <b>4,0</b>   | <b>5,0</b>  | <b>42.601</b> | <b>-5,78%</b>  | <b>40.140</b> | <b>4,7</b>  | <b>0,4</b>   |
| Almacén       | 4,0          | 5,0         | 42.601        | -5,78%         | 40.140        | 4,7         | 0,4          |
| Total General | <b>171,3</b> | <b>9,6</b>  | <b>19.186</b> | <b>-24,28%</b> | <b>14.527</b> | <b>7,3</b>  | <b>242,1</b> |

\* El salario indicado no se reporta por motivos de confidencialidad al solo ser una persona en esta sección.

La brecha del personal obrero se sitúa en el 24,28% frente al 25,99% del ejercicio anterior, mejorando en un 1.7 puntos porcentuales. A continuación, se detallan algunas claves para entender la brecha salarial:

En España, la brecha salarial es del 5,2% que se desglosa de la siguiente manera:

En la sección de almacén (3,2%) la brecha salarial ha disminuido 5 puntos porcentuales debido a que hay menos diferencia en antigüedad media. En 2024 la antigüedad media de los hombres ha sido de 8,0 años frente a los 3,3 años de las mujeres, frente al ejercicio anterior que la antigüedad media fue de 10,6 años en hombres versus 1,8 de las mujeres.

Por otro lado, en la sección de corte, la brecha ha sido de 4,8% aumentando ligeramente (0,48) con respecto al 2023 y en el área de guarnecido la brecha se ha ubicado 3,19% disminuyendo un 0.4 con respecto al año anterior. Las brechas se deben a que las mujeres cuentan con menor antigüedad que los hombres en estas secciones (La antigüedad es un factor clave dentro del personal de fábrica para entender los aumentos de remuneración).

En Portugal la brecha se sitúa en un 12,04% (13% en 2023), disminuyendo ligeramente con respecto al ejercicio anterior. Esta diminución de la brecha salarial en los últimos años se debe principalmente a que se creó la sección de fabricación de cinturones, donde el 100% de las personas en esta categoría son mujeres que reciben un salario superior a la media del país. Por un lado, en la sección de corte, la brecha del 11,10% responde a que las mujeres cuentan con menor antigüedad que los hombres (4,2 años vs. 8,3), pero esta brecha puede llegar a ser poco representativa al solo haber 1.5 mujeres de media en esta categoría profesional. Por otro, en la sección de montado, la brecha alcanza un 13,7% (medio punto por debajo del dato de 2023). El principal factor que explica este gap es que la sección de montado es muy heterogénea e incluye todo un abanico de puestos que van desde las tareas más sencillas (como la limpieza del calzado, el cardado o el pegado), hasta otras más complicadas que implican el manejo de maquinaria pesada. La gran mayoría de los puestos que requieren el uso de maquinaria son ocupados por hombres y están mejor remunerados, lo que sube su media, y el gap con las mujeres.

En Estados Unidos, en la sección de almacén la brecha ha sido del 5,78%, si bien se trata de un dato anecdótico, debido a que la cifra de mujeres es demasiado baja para que el dato sea representativo.

- Remuneración Alta Dirección

En la siguiente tabla se muestra la remuneración media de la alta dirección de los años de 2023 y 2024. Se incluye la retribución variable, dietas, indemnizaciones y cualquier otra percepción a largo plazo.

| 2023    |       | 2024    |       |
|---------|-------|---------|-------|
| Hombre  | Mujer | Hombre  | Mujer |
| 181.626 | -     | 194.427 | *     |

\*Nota. El salario indicado no se reporta por motivos de confidencialidad al solo ser una persona.

Los seis socios administradores no reciben ninguna retribución debido a su cargo de administradores.

## 5.6. Bienestar, protección de la salud y seguridad

El bienestar de los empleados también depende de las condiciones de la salud y la seguridad en el trabajo, por lo que el Grupo da gran importancia a la prevención y mitigación de los impactos de la salud y la seguridad de los trabajadores, garantizando un entorno laboral seguro y saludable, a través de la aplicación rigurosa de la normativa de Prevención de Riesgos Laborales y fomento de la cultura de la prevención.

La dirección del Grupo, consciente de los posibles riesgos para la seguridad y salud tanto de los trabajadores como de terceros que puedan encontrarse en sus instalaciones, ha asumido las especialidades de seguridad en el trabajo, higiene industrial y ergonomía y psicosociología, concertando la vigilancia de la salud con un Servicio de Prevención Ajeno (SPA) en España y Portugal. En Francia se realiza a través de una gestoría. En el caso de Estados Unidos las medidas de salud y seguridad solo son obligatorias para plantillas por encima de los 50 empleados.

En la actualidad, España dispone de 6 profesionales, quienes se encargan de realizar las tareas de salud y seguridad: el Responsable de PRL, el Técnico de PRL del SPA y los 4 miembros del Comité de Seguridad y Salud.

En Portugal, el Grupo cuenta con una persona responsable y el vínculo directo entre la empresa de servicio de prevención ajena y los empleados.

Continuamente, en España se actualiza el Plan de Prevención de Riesgos en el cual se integra toda la actividad preventiva, incluyendo la evaluación de riesgos, la planificación y la ejecución.

Con el fin de asegurar el estricto cumplimiento de la seguridad y salud en el trabajo, el Grupo ha identificado y evaluado los riesgos en todas las sociedades: Blanco Bonete Inversiones, S.L., Boblan Shoes, S.L.U., Boblan Diseños S.L.U., SBA Factory Shoes, S.L.U., Suelas Prefabricadas Blanco, S.L.U., Blanco Aldomar S.L.U. y Calzaban, S.A. A partir de esta evaluación, se concluye que existen riesgos comunes a todas o la mayoría de ellas: incendios, contactos eléctricos, exposición a agentes químicos, caída de objetos desprendidos, atrapamiento por o entre objetos o contacto con sustancias peligrosas. A estos riesgos se suman otros ligados a las especificidades de la actividad y las funciones que desempeñan los trabajadores, los cuales también han sido tenidos en cuenta en el proceso de evaluación.

Por cada uno de los riesgos, se han identificado las pertinentes medidas preventivas relacionadas a cada sociedad y a los puestos de trabajo.

El Grupo dispone de un proceso para la investigación ante cualquier incidente. El proceso definido se debe notificar, investigar y tratar los incidentes, para aplicar las acciones correctivas y preventivas y minimizar el riesgo o evitar que se produzcan sucesos similares.

En el ejercicio anterior, se realizó una evaluación de riesgos psicosociales a toda la plantilla de SBA FACTORY SHOES, S.L.U.

A continuación, se desglosan los índices de siniestralidad de los ejercicios 2023 y 2024:

| Índices desglosados por género | 2023    |         |       |          |         |       |
|--------------------------------|---------|---------|-------|----------|---------|-------|
|                                | España  |         |       | Portugal |         |       |
|                                | Hombres | Mujeres | Total | Hombres  | Mujeres | Total |
| Índice de frecuencia           | 26,41   | 17,03   | 23,21 | 23,09    | 18,42   | 19,06 |
| Índice de severidad            | 0,40    | 0,56    | 0,45  | 0,95     | 0,57    | 0,62  |

Nota. Los datos incluyen las sociedades SBA FACTORY SHOES S.L.U., SUELAS PREFABRICADAS BLANCO S.L.U. y CALZABAN S.A.

Índice frecuencia (IF):( $Nº$  accidentes con baja /  $Nº$  de horas trabajadas\*Media trabajadores) x 1.000.000.

Índice de gravedad (IG): ( $Nº$  jornadas no trabajadas /  $Nº$  de horas trabajadas\*Media trabajadores) x 1.000

| Índices desglosados por género | 2024    |         |       |          |         |       |
|--------------------------------|---------|---------|-------|----------|---------|-------|
|                                | España  |         |       | Portugal |         |       |
|                                | Hombres | Mujeres | Total | Hombres  | Mujeres | Total |
| Índice de frecuencia           | 16,04   | 16,96   | 16,37 | 0,00     | 3,27    | 2,84  |
| Índice de severidad            | 0,19    | 0,44    | 0,28  | 1,84     | 0,04    | 0,28  |

Nota. Los datos incluyen las sociedades SBA FACTORY SHOES S.L.U., SUELAS PREFABRICADAS BLANCO S.L.U. y CALZABAN S.A.

Índice frecuencia (IF):( $Nº$  accidentes con baja /  $Nº$  de horas trabajadas\*Media trabajadores) x 1.000.000.

Índice de gravedad (IG): ( $Nº$  jornadas no trabajadas /  $Nº$  de horas trabajadas\*Media trabajadores) x 1.000

En el ejercicio 2024, se produjeron 18 accidentes (10 hombres y 8 mujeres), siendo 9 accidentes con baja laboral (5 hombres y 4 mujeres), frente a los 27 accidentes de 2023 (13 hombres y 14 mujeres) de los cuales 18 fueron con baja laboral (10 hombres y 8 mujeres).

Durante 2024, en España el índice de frecuencia fue de 16,37 por millón de horas trabajadas y el de gravedad del 0,28 (23,21 y 0,45, respectivamente en 2023,).

Por su parte, en Portugal el índice de frecuencia fue de 2,84 por millón de horas trabajadas y el de gravedad de 0,28, frente a 19,06 y 0,62 del año 2023, respectivamente. La disminución del índice de frecuencia se debe a la reducción en el número de accidentes con baja laboral.

En términos generales, los profesionales del Grupo no desarrollan actividades que representen un riesgo elevado para el desarrollo de enfermedades profesionales. En el ejercicio 2024 se han determinado dos enfermedades profesionales correspondientes a dos mujeres. En 2023, no se registró ninguna enfermedad profesional.

## 5.7. Diálogo social

| Empleados cubiertos por convenio colectivo | 2023 | 2024 |
|--|------|------|
| España                                     | 100% | 100% |
| Portugal                                   | 100% | 100% |
| Francia                                    | 100% | 100% |
| EE.UU. *                                   | 0%   | 0%   |

\*El 100% de la plantilla de EE. UU. se encuentra cubierta por la legislación laboral aplicable.

En España y Portugal, todos los empleados están acogidos al convenio colectivo de la industria del calzado, excepto tres trabajadores en España que se acogen al convenio de Oficinas y Despachos de Madrid. Al 100% de los trabajadores en Francia les aplica el convenio de grandes almacenes.

En España, rige un convenio colectivo que cubre el periodo 2022-2025.

El Grupo garantiza la libertad de afiliación y el derecho de los trabajadores a ser representados, para defender y proteger sus derechos laborales. Las representaciones sindicales tienen garantizado el ejercicio libre de sus funciones sindicales de negociación, participación y representación.

La Sociedad SBA Factory Shoes, S.L.U. cuenta con Representación Legal de los Trabajadores y Comité de empresa. La representación se organiza a través de un Comité de Empresa multicentro y están representados por las siguientes organizaciones sindicales: CCOO y UGT, representando a 257 trabajadores (263 trabajadores en 2023) en España (un 92% del total de la plantilla en España).

En la sociedad Suelas Prefabricadas Blanco S.L.U. hay un delegado de personal, ya que por la cantidad de empleados no alcanza para conformar un comité de empresa.

Por su parte, 30 trabajadores de la sociedad portuguesa Calzaban S.A. se han inscrito en el Sindicato Nacional dos Profissionais da Indústria e Comércio do Calçado, Malas e Afins (SNPIC), que representan el 16% de los empleados de la sociedad.

Para el Grupo es muy importante la relación del diálogo bidireccional, y por ello se dispone de mecanismos internos de comunicación para la participación de los trabajadores.

En términos generales, los aspectos de salud y seguridad se tratan en el seno de estas comisiones y en las auditorías que se realizan periódicamente en las plantas, en las que se identifican asuntos y mejoras.



## 6. Protegiendo el planeta

El Grupo está comprometido con la protección del entorno y el uso eficiente de los recursos naturales, promoviendo una cultura organizacional basada en el respeto ambiental y en la mejora continua.

Este compromiso está reflejado en el Código Ético y en el Plan de Sostenibilidad 2024-2026. Asimismo, el Grupo promueve el cumplimiento riguroso de la normativa ambiental vigente en todas sus actividades.

Los principales impactos identificados derivan de las aguas contaminadas generadas por el uso de productos químicos, la generación y gestión de los residuos, el consumo de recursos, las emisiones a la atmósfera y los impactos regulatorios. Para la minimización de dichos riesgos, se realiza un seguimiento de los requisitos ambientales en cada país donde opera y se establecen las medidas preventivas y correctivas oportunas.

El Grupo dispone de una Política Ambiental que recoge los principios y compromisos en materia de sostenibilidad y gestión responsable del medio ambiente. Actualmente, se encuentra en proceso de validación final por parte de la Dirección, tras lo cual será formalmente comunicada y puesta a disposición de todos los agentes implicados, garantizando su adecuada difusión e implementación.

Además, el Grupo dispone de los medios necesarios (recursos humanos, técnicos y económicos) para la prevención de los posibles impactos ambientales. A nivel de compañía, hay dos personas dedicadas a la gestión ambiental y en cada fábrica hay una persona de referencia que consolida la información ambiental.

Además, se cuenta con el apoyo de una consultora externa que, dentro de sus funciones, realiza el seguimiento de los indicadores ambientales y mantiene reuniones mensuales con la dirección del Grupo.

El Grupo no presenta ninguna partida significativa en las Cuentas Anuales en materia de provisiones o garantías ambientales. Sin embargo, existe una póliza de responsabilidad civil que incluye un apartado de contaminación ambiental y que engloba a todas las compañías del Grupo.

A lo largo del ejercicio, se han implementado iniciativas de carácter ambiental que se alinean con los valores de la marca, el Plan de Sostenibilidad 2024-2026 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Algunas de estas se desarrollan a lo largo del presente capítulo, mientras que otras se abordan en el capítulo de Calidad Excepcional.

### 6.1 Adoptar la circularidad

El Grupo avanza en la integración de principios de economía circular promoviendo diversas actuaciones a la vez que realiza la gestión de sus residuos.

Por un lado, se reconoce la importancia de garantizar una gestión responsable de los residuos, promoviendo su reciclaje siempre que sea posible. En este sentido, la gestión se realiza mediante gestores y transportistas autorizados, en cumplimiento con la normativa vigente en cada uno de los países donde opera.

En 2024, se generaron un total de 141.730 kilogramos de residuos, siendo un 81% de residuos no peligrosos y 19% de residuos peligrosos. A continuación, se detalla la generación de residuos de los últimos dos años, desglosados por países y categorías de residuos:

| 2023   |               |               |               |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Tipos de residuo (Kg)                              | España        | Portugal      | Total         |
| <b>Residuos peligrosos</b>                         | <b>33.380</b> | <b>1.377</b>  | <b>34.757</b> |
| Trapos contaminados                                | 8.783         | -             | 8.783         |
| Agua de pintura                                    | 12.173        | -             | 12.173        |
| Lodos cabina de pintura                            | 4.726         | -             | 4.726         |
| Envases  | 5.405         | 1.361         | 6.766         |
| Disolvente no halogenado                           | 2.293         | -             | 2.293         |
| Equipos eléctricos y electrónicos                  | -             | 16            | 16            |
| <b>Residuos no peligrosos</b>                      | <b>ND*</b>    | <b>44.388</b> | <b>44.388</b> |
| <b>No valorizados</b>                              | <b>ND</b>     | <b>40.376</b> | <b>40.376</b> |
| Residuos Sólidos Industriales                      | ND            | 3.892         | 3.892         |
| Piel   | ND            | 36.484        | 36.484        |
| <b>Valorizados</b>                                 | <b>ND</b>     | <b>4.012</b>  | <b>4.012</b>  |
| Papel y cartón                                     | ND            | 4.012         | 4.012         |
| <b>Total de residuos peligrosos+ no peligrosos</b> | <b>33.380</b> | <b>45.765</b> | <b>79.145</b> |

\*ND: datos no disponible

| 2024   |               |               |                |
|--|---------------|---------------|----------------|
| Tipos de residuo (Kg)                              | España        | Portugal      | Total          |
| <b>Residuos peligrosos</b>                         | <b>27.388</b> | -             | <b>27.388</b>  |
| Trapos contaminados                                | 8.702         | -             | 8.702          |
| Lodos cabina de pintura                            | 840           | -             | 840            |
| Envases  | 5.126         | -             | 5.126          |
| Disolvente no halogenado <sup>1</sup>              | 12.720        | -             | 12.720         |
| <b>Residuos no peligrosos*</b>                     | <b>59.149</b> | <b>55.194</b> | <b>114.343</b> |
| <b>No valorizados</b>                              | <b>44.366</b> | <b>23.156</b> | <b>67.522</b>  |
| Residuos Sólidos Industriales                      | 20.542        | 4.564         | 25.106         |
| Piel   | 23.824        | 18.592        | 42.416         |
| <b>Valorizados</b>                                 | <b>14.783</b> | <b>32.038</b> | <b>46.821</b>  |
| Papel y cartón                                     | 13.892        | 5.394         | 19.286         |
| Envases  | 891           | 1.734         | 2.625          |
| <b>Mezcla de embalajes</b>                         | -             | 460           | 460            |
| Residuos fabricación y acabado <sup>2</sup>        | -             | 24.450        | 24.450         |
| <b>Total de residuos peligrosos+ no peligrosos</b> | <b>86.536</b> | <b>55.194</b> | <b>141.730</b> |

\*Nota: La cantidad de residuos no peligrosos generada en España ha sido estimada.

<sup>1</sup> En 2023, se incluía la tipología de residuos "agua de pintura". En 2024, este residuo se ha reclasificado, incluyéndolo en las categorías de "disolvente halogenado" y 'lodos de cabina de pintura'.

<sup>2</sup>En 2024, se ha incorporado la categoría "Residuos fabricación y acabado". Esta tipología de residuos incluye principalmente los polvos del lijado de Portugal. En 2023, estos residuos se incluyeron en la categoría piel.

El total de los residuos no peligrosos generados en España no son comparables en los dos últimos ejercicios, debido a que, en el ejercicio anterior, estos no se pudieron reportar debido a un

cambio en el procedimiento aplicado por el proveedor encargado de su recogida. No obstante, en 2024 se llevó a cabo una estimación de dichos residuos con el objetivo de mantener la continuidad en su seguimiento y gestión.

En línea con su compromiso ambiental, el Grupo promueve el reciclaje de residuos. De este modo, se prioriza la valorización a través del reciclaje tanto de residuos peligrosos como de residuos no peligrosos.

Además, se mantienen diversas acciones para promover la economía circular:

- Parte de los residuos de las suelas se reutilizan, por ejemplo, se realizan cercos a partir de retales de suelas de cuero y tacones a partir de cuñas de suela de cuero. Gracias a estas iniciativas, el 7% del cuero consumido es reincorporado nuevamente a un proceso de fabricación.
- Iniciativas de ecoeficiencia (eliminación de utensilios y botellas plásticas de un sólo uso, tarjetas de visita digitales, nuevas papeleras para tipos de residuos, sensibilización a través de mensajes para la correcta separación de los residuos).

Otras de las iniciativas más destacadas del ejercicio es **Magnanni Lab**. A través del **concurso renacer de la piel** se ha aplicado el concepto de economía circular para dar un nuevo uso a los excedentes de piel procedentes de las fábricas. La iniciativa se llevó a cabo con estudiantes de 2.º, 3.º y 4.º curso del Grado en Diseño de Producto de la EASDA de Alicante, y los proyectos ganadores se expusieron en la Feria Hábitat Valencia.

Asimismo, el Grupo ha participado en los siguientes eventos que promueven la economía circular:

- Jornada “**Economía Circular: la vía más humana y sostenible para las empresas**”, organizada por INESCOP.
- **Jornada de Ecodiseño en el sector de los componentes para el calzado**. Organizada por la Asociación Española para la Calidad (AEC), esta jornada profundizó en el ecodiseño como herramienta clave para una producción más sostenible en el sector calzado.
- **MOVE! Sustainable Fashion Summit**. La jornada empresarial, centrada en la transformación sostenible del negocio de la moda, que reúne a los líderes del sector, abordando temas como la financiación, la escalabilidad o la legislación.

## 6.2 Uso eficiente de los recursos

El uso eficiente de los recursos constituye un tema relevante para la compañía. En un contexto de creciente presión sobre los recursos naturales, resulta esencial adoptar prácticas que optimicen el consumo de los recursos, orientando los esfuerzos en minimizar el impacto ambiental asociado a las operaciones.

### 6.2.1. Consumo de agua

El consumo de agua del Grupo en el 2024 ha sido de 4.642 m<sup>3</sup>, lo que supone un aumento del 5% respecto al 2023 (4.435 m<sup>3</sup>). El 59% del consumo corresponde a España, seguido de Portugal con un 38% y de Estados Unidos con el 3%.

El 100% del agua consumida de todas las instalaciones y centros del Grupo proviene de la red pública.

| Consumo de agua (m <sup>3</sup> ) * | 2023         | 2024         |
|-------------------------------------|--------------|--------------|
| España                              | 2.661        | 2.752        |
| Portugal                            | 1.646        | 1.756        |
| EE.UU.                              | 128          | 134          |
| <b>Total</b>                        | <b>4.435</b> | <b>4.642</b> |

\*Nota. Los puntos de venta de Francia no son representativos a efectos de reporte de consumo de agua.

### 6.2.2. Consumo de energía

En el ejercicio de su actividad, el Grupo consume energía de diversas fuentes y tipos de combustibles. A continuación, se detallan los consumos energéticos de los dos últimos años:

| Consumo de energía                              | 2023                 | 2024                 |
|---|----------------------|----------------------|
| Electricidad (kWh)                              | 1.424.269            | 1.483.198            |
| - Fuente no renovable                           | 741.499              | 386.704              |
| - Fuente renovable                              | 432.893              | 805.791 <sup>1</sup> |
| - Fuente renovable paneles solares <sup>2</sup> | 249.877 <sup>3</sup> | 290.703              |
| Gas natural (kWh) <sup>4</sup>                  | 190.878              | 158.935              |
| Gasóleo B (litros) <sup>4</sup>                 | 22.127               | 13.585               |
| Gasoil (litros)                                 | 24.183               | 25.368               |
| Gasolina (litros)                               | 6.048                | 6.748                |

1. De los 805.791 kWh consumidos de fuentes renovables, el 70% (564.529 kWh) provienen de facturas con Garantía de Origen y el restante proviene de las empresas comercializadoras que incorporan en su mix energético electricidad proveniente de fuentes renovables, que varía según cada empresa comercializadora.

2. Energía producida por los paneles solares propios instalados en Almansa.

3. El dato del 2023 ha sido ajustado como resultado de mejoras en la metodología de extracción de datos.

4. Consumos destinados a calefacción.

#### 6.2.2.1. Consumo de energía eléctrica

El consumo de energía eléctrica ascendió a 1.483.198 kWh, frente a los 1.424.269 kWh de 2023, manteniéndose en niveles muy similares al ejercicio anterior (incremento del 4%). La energía eléctrica consumida por el Grupo proviene de las compañías suministradoras y de los paneles solares instalados en Almansa.

Destacar que en 2024 el 74% de la energía eléctrica consumida en las instalaciones del Grupo proceden de energía renovable (805.791 kWh procedente de Garantía de Origen 100% renovable y de renovable del mix energético de las comercializadoras. y 290.703 kWh de paneles solares).

El consumo de energía eléctrica, proveniente de empresas suministradoras, ha sido de 1.192.494 kWh, frente a los 1.174.392 kWh de 2023.

Del total de la energía eléctrica suministrada por las comercializadoras, el 67,6 % proviene de fuentes renovables, tanto por la contratación de energía con garantía de origen como por el propio mix energético de cada proveedor.

El Grupo continúa promoviendo la contratación de empresas suministradoras que incluyan en su mix energético la generación de fuentes renovables.

A continuación, se detalla el desglose por país de los últimos dos años, incluyendo el porcentaje de energía eléctrica de origen renovable por país:

| Energía<br>eléctrica (kWh) <sup>1</sup> | 2023             |                |              | 2024             |                |              |
|---|------------------|----------------|--------------|------------------|----------------|--------------|
|   | Total            | Renovable      | % Renovable  | Total            | Renovable      | % Renovable  |
| <b>España</b>                           | 902.894          | 385.830        | 42,7%        | 885.498          | 712.902        | 80,5%        |
| <b>Portugal</b>                         | 159.160          | 45.149         | 28,4%        | 171.969          | 90.429         | 52,6%        |
| <b>Francia</b>                          | 23.835           | 1.914          | 8,0%         | 19.837           | 2.460          | 12,4%        |
| <b>EE. UU.</b>                          | 88.503           | 0              | 0,0%         | 115.190          | 0              | 0,0%         |
| <b>Total</b>                            | <b>1.174.392</b> | <b>432.893</b> | <b>36,9%</b> | <b>1.192.494</b> | <b>805.791</b> | <b>67,6%</b> |

1. El porcentaje de energía renovable del mix energético es publicado por las compañías suministradoras.

Además, en su esfuerzo por transitar de la energía eléctrica convencional a fuentes de energías más limpias, el Grupo desde el ejercicio anterior dispone de placas solares fotovoltaicas en la fábrica de Almansa en España.

Parte de la energía generada a través del sistema fotovoltaico se destina al autoconsumo, lo que permite reducir la dependencia de fuentes externas y optimizar el uso de recursos renovables. El excedente de producción se incorpora a la red eléctrica, contribuyendo activamente a la transición energética y fomentando un modelo energético más limpio.

En 2024, el autoconsumo de la energía generada por estos paneles solares ha sido de 290.703 kWh, lo que supone un aumento del 16% respecto al 2023 y representa un 20% de la energía eléctrica total consumida por el Grupo. Los datos de los últimos dos años se detallan en la siguiente tabla:

| Generación de energía eléctrica por paneles solares (kWh)           | 2023                 | 2024           |
|---|----------------------|----------------|
| <b>Total de generación de energía eléctrica por paneles solares</b> | <b>258.970</b>       | <b>343.120</b> |
| - Autoconsumo en fábrica de Almansa                                 | 249.877 <sup>1</sup> | 290.703        |
| - Inyección a la red eléctrica                                      | 9.093                | 52.416         |

<sup>1</sup>El dato del 2023 ha sido ajustado como resultado de mejoras en la metodología de extracción de los datos.

#### 6.2.2.2. Consumo de combustibles

La compañía realiza el seguimiento de sus consumos de gas natural y gasóleo para calefacción. El consumo de gas natural en 2024 fue de 158.935 kWh, lo que ha supuesto una disminución del 10% respecto a los 176.810 kWh del año 2023.

Por otro lado, el consumo de gasóleo B de 13.585 litros representa una disminución del 39% frente a los 22.127 litros del año 2023.

Los consumos de gas natural y gasóleo para calefacción se detallan en la siguiente tabla, desglosados por países:

| <b>Consumo de energía para calefacción</b> | <b>2023</b>              |                           | <b>2024</b>              |                           |
|--|--------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
|  | <b>Gas natural (kWh)</b> | <b>Gasóleo B (litros)</b> | <b>Gas natural (kWh)</b> | <b>Gasóleo B (litros)</b> |
| España                                     | 21.539                   | 22.127                    | 2.785                    | 13.585                    |
| Portugal                                   | 2.673                    | -                         | 5.902                    | -                         |
| Francia                                    | -                        | -                         | -                        | -                         |
| EE. UU.                                    | 152.598                  | -                         | 150.248                  | -                         |
| <b>Total</b>                               | <b>176.810</b>           | <b>22.127</b>             | <b>158.935</b>           | <b>13.585</b>             |

El Grupo, además, realiza un seguimiento de sus consumos de gasoil y gasolina correspondiente al uso de vehículos. En 2024, el total de consumos ha sido de 32.116 litros, lo que supone un aumento del 6% respecto a los 30.231 litros de 2023.

| <b>Consumo de energía para vehículos</b> | <b>2023</b>            |                          | <b>2024</b>            |                          |
|--|------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
|  | <b>Gasoil (litros)</b> | <b>Gasolina (litros)</b> | <b>Gasoil (litros)</b> | <b>Gasolina (litros)</b> |
| España                                   | 21.590                 | 6.048                    | 21.651                 | 6.748                    |
| Portugal                                 | 2.593                  | -                        | 3.717                  | -                        |
| Francia                                  | -                      | -                        | -                      | -                        |
| EE. UU.                                  | -                      | -                        | -                      | -                        |
| <b>Subtotal</b>                          | <b>24.183</b>          | <b>6.048</b>             | <b>25.368</b>          | <b>6.748</b>             |
| <b>Total</b>                             | <b>30.231</b>          |                          | <b>32.116</b>          |                          |

Durante el ejercicio, se ha dado continuidad a ciertas iniciativas dirigidas al ahorro y eficiencia energética, destacando las siguientes:

- Priorización de luminarias LED.
- Evaluación de criterios de eficiencia energética en la compra de máquinas, priorizando las más eficientes.
- Optimización de los encendidos y apagados de las máquinas mediante el uso de variadores de frecuencia. Estos dispositivos permiten regular la velocidad de giro de los motores eléctricos, permitiendo así, un encendido progresivo y evitando picos de intensidad energética en los arranques.
- Instalación en España de un termostato para controlar de forma más eficiente la temperatura en los espacios y concienciación entre las personas, permitió contribuir a una reducción en el consumo de combustibles.

### 6.3 Cambio climático

El cambio climático es uno de los mayores desafíos medioambientales a los que se enfrenta la sociedad. Consciente de esta realidad, el Grupo calcula y se esfuerza por reducir su huella de carbono, respondiendo al compromiso de contribuir activamente a la transición hacia una economía baja en carbono.

Actualmente, el Grupo trabaja para reducir su huella de carbono en torno a las siguientes acciones:

- **Medir anualmente la huella de carbono de los Alcances 1 y 2:** desde el año 2019, el Grupo calcula su huella de carbono, lo que permite conocer el impacto ambiental de su actividad en estos alcances.
- **Implementar medidas para reducir y/o evitar las emisiones de carbono en las operaciones:** el Grupo trabaja en la reducción continua de sus emisiones, consolidando su compromiso con la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático. En este sentido, se prioriza la contratación de proveedores que integren fuentes de energía renovable en su mix energético. Además, se genera energía fotovoltaica en la planta de Almansa, lo que representa un 20 % del consumo energético total.

El total de la huella de carbono de los alcances 1 y 2, fue de 320,14 tCO<sub>2</sub> equivalente en 2024, representando una disminución del 30% respecto a las 459,96 tCO<sub>2</sub> equivalente del año 2023. En la siguiente tabla se detallan las emisiones de gases de efecto invernadero de los alcances 1 y 2, para los años 2023 y 2024.

| Emisiones (tCO <sub>2</sub> eq)      | 2023*         | 2024**        | Variación   |
|--------------------------------------|---------------|---------------|-------------|
| <b>Alcance 1</b>                     | 167,60        | 146,16        | -13%        |
| <b>Alcance 2</b>                     | 292,36        | 173,98        | -40%        |
| <b>Total emisiones Alcance 1 + 2</b> | <b>459,96</b> | <b>320,14</b> | <b>-30%</b> |

\* Fuente FE año 2023: DEFRA (2023), MITECO (2023), EDF (2023), EPA (2023), DGEG (2022).

\*\* Fuente FE año 2024: DEFRA (2024), MITECO (2024), EDF (2024), EPA (2024), DGEG (2022)

El cálculo de emisiones de GEI no incluye emisiones de gases refrigerantes (R404, R407...).

Las emisiones de Alcance 1 corresponden a aquellas generadas directamente por la organización, a partir del consumo de combustibles fósiles para calefacción o para el uso de vehículos. En comparación con el ejercicio anterior, las emisiones asociadas a la calefacción disminuyeron un 31% debido a una menor demanda de consumo durante 2024. Por otro lado, las emisiones vinculadas al uso de vehículos aumentaron un 28%. En conjunto, estos cambios se traducen en una reducción total del 13% en las emisiones de alcance 1, debida principalmente a la bajada en el consumo de combustibles para calefacción.

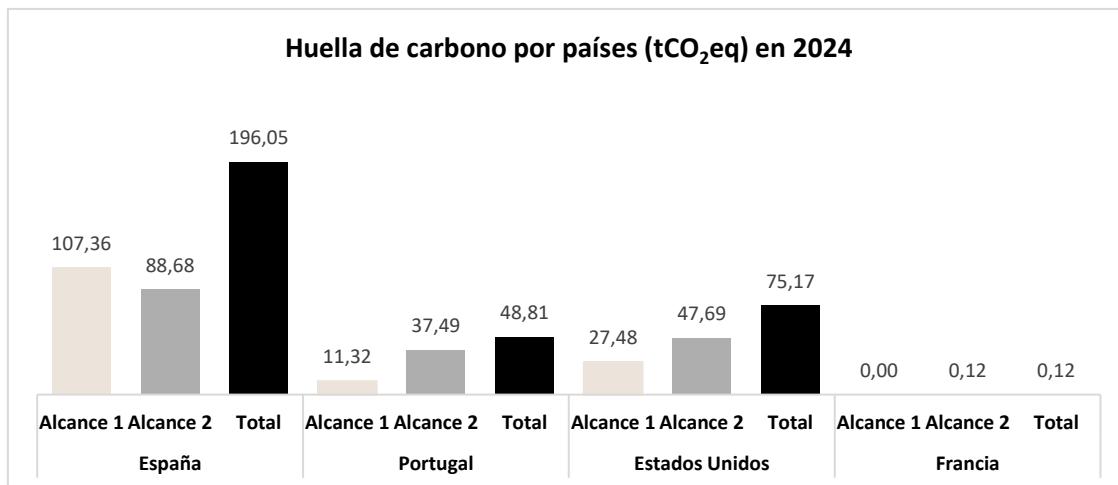
En cuanto a las emisiones de Alcance 2 se refieren a aquellas emisiones generadas por el consumo de energía eléctrica. En 2024, se adaptó la metodología de cálculo reflejándose una disminución del 40% de estas emisiones con respecto al año anterior.

Para el cálculo de las emisiones de Alcance 2, ha habido un cambio metodológico en España. En lugar de considerar el total del consumo eléctrico con el factor de emisión del mix energético de

la comercializadora, se ha diferenciado entre los distintos orígenes de la energía. Por un lado, se han tenido en cuenta las facturas respaldadas con Garantías de Origen (GdO) 100% renovable, que se consideran como emisiones nulas. Por otro lado, el consumo restante proveniente de la red eléctrica se ha calculado utilizando el mix energético específico de la comercializadora. Además, el consumo de electricidad generado por los paneles solares propios también se ha contabilizado con emisiones cero, al tratarse de energía renovable autogenerada.

A continuación, se desglosan las emisiones de gases de efecto invernadero por país. En el año 2024, España concentra el mayor porcentaje de emisiones, con un 61%, seguida de Estados Unidos (23%), Portugal (15%), y, por último, Francia (0,04%). Este reparto se explica principalmente por la localización de los procesos productivos: en España se concentra la mayor parte de la actividad industrial del Grupo, incluyendo el uso de maquinaria y equipos que implican un consumo energético más elevado.

| Emisiones de la huella de carbono por país (tCO <sub>2</sub> e) | 2023          | 2024          |
|---|---------------|---------------|
| España  | 349,26        | 196,05        |
| Portugal  | 42,33         | 48,81         |
| EE. UU.   | 68,10         | 75,17         |
| Francia   | 0,26          | 0,12          |
| <b>Total</b>  | <b>459,96</b> | <b>320,14</b> |



#### 6.4 Otros contaminantes

En los años 2024 y 2023 se ha realizado el seguimiento anual de las emisiones NOx y SOx y otras emisiones de acuerdo con las exigencias legales.

Aspectos como la contaminación lumínica o sonora no son considerados aspectos significativos, si bien son debidamente medidos y gestionados cumpliendo con los valores marcados por la legislación.

#### 6.5 Biodiversidad

El Grupo no tiene un impacto significativo sobre la biodiversidad ya que sus instalaciones no se encuentran dentro o cerca de áreas protegidas.

## 7. Calidad excepcional

En sus 70 años de historia, el Grupo se ha consolidado como un referente por su proceso de fabricación artesanal y tradicional, garantizando a los clientes los más altos estándares de calidad, ofreciendo un valor diferencial y un producto excepcional.

Del proceso de producción destaca el minucioso control de calidad de toda la cadena de suministro, desde la fase creativa, la elaboración de prototipos, la selección y adquisición de materias primas hasta el producto final. La producción de calzado y los accesorios de cuero se realiza en instalaciones propias en España y Portugal, zonas de tradición histórica en la producción de calzado y marroquinería, garantizando así la tradición artesanal y la calidad.

El Grupo implementa procesos que contribuyen a la optimización y a asegurar la máxima calidad de los productos, como es el proceso automatizado que integra la información de gestión de lotes de las principales materias primas para tener su trazabilidad, mediante el uso de su ERP (*Enterprise Resource Planning*).

Además, el Grupo exige a los proveedores de materiales de pieles, el cumplimiento del reglamento REACH (*Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals*), acreditándolo a través del correspondiente certificado.

Se realizan análisis de todos los productos comprados a nuevos proveedores que entran en el ciclo de fabricación. Para los otros proveedores/productos, se ha establecido un protocolo para realizar ensayos fisicoquímicos de forma aleatoria, incluyendo a los citados anteriormente cuando ya entren en el circuito habitual de reposiciones para producción.

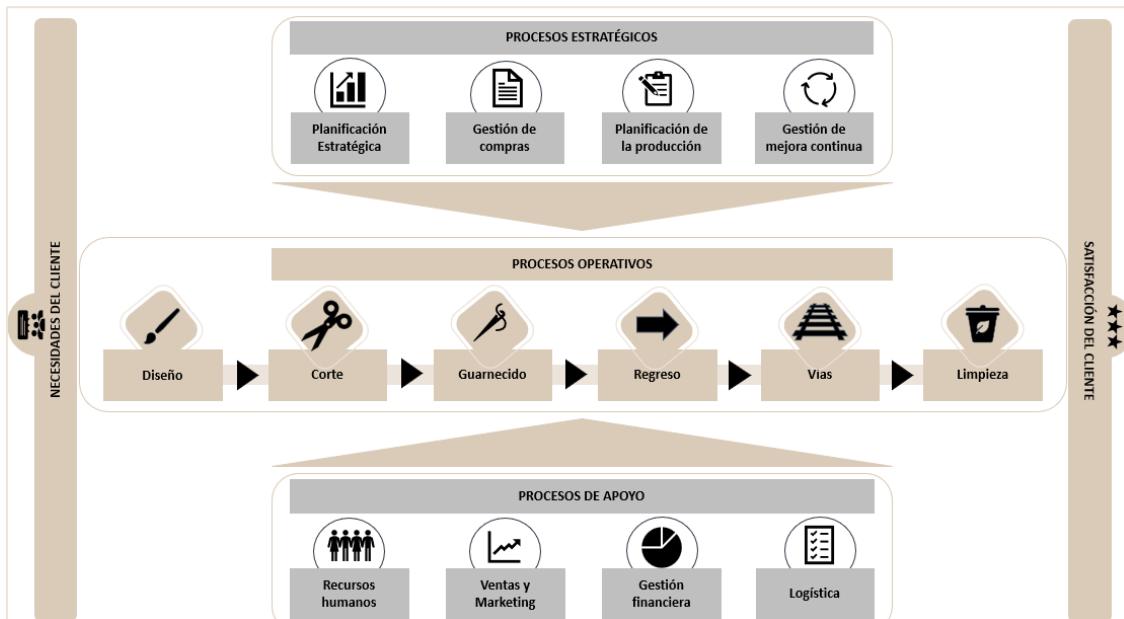
Asimismo, al final de cada fase o proceso operativo, el producto sufre varias inspecciones, para detectar la existencia de posibles fallos y así garantizar la máxima calidad al cliente.

En 2024, se han implementado una serie de mejoras que contribuyen a fortalecer la gestión de la calidad en la compañía, entre las que destacan:

- Con el objetivo de cumplir a la Proposición 65 de California, el Grupo ha elaborado un Protocolo Interno para controlar la presencia de sustancias perfluoroalquiladas y polifluoroalquiladas (PFAS).
- Se ha incluido más información en el marcado de los forros para mejorar la trazabilidad de los nuevos productos producidos en España y Portugal, incluyendo el modelo y la talla, el orden de fabricación, material, lote, entre otras especificaciones.
- Al recibir una orden de compra a través del aplicativo de Magnanni Mes (Manufacturing Execution System) se dispone de las imágenes tanto del producto final como de los materiales que lo componen.

Por otro lado, el Grupo dispone de los recursos necesarios para velar y asegurar que se cumplan todas las exigencias de calidad del producto en las distintas fases del proceso operacional (diseño, corte, guarnecido, etc.).

## 7.1. Innovación



La innovación representa un pilar fundamental en el sector del calzado, ya que es un ámbito influenciado por la dinámica de la moda y por las cambiantes tendencias sociales. En este contexto, la innovación adquiere un protagonismo creciente, convirtiéndose en un elemento estratégico para responder de manera eficaz a las expectativas y preferencias del consumidor.

Bajo esta premisa, para el Grupo la innovación es un aspecto esencial de su estrategia que representa sus valores. Además, el objetivo con cada colección es ofrecer líneas limpias, modernas y muy cuidadas a la vez que se combina con la funcionalidad, estilo y confort.

El desarrollo de cada colección implica un proceso complejo y multidisciplinar que abarca múltiples fases y áreas de trabajo para garantizar un producto final alineado con las expectativas del mercado y viable a nivel de producción, generando a la vez beneficios económicos y un impacto positivo en el medio ambiente.

Como ejemplo de lo anterior, desde el año 2019, se empezaron a incluir en los diseños cueros con curtición vegetal. Este tipo de pieles requieren un trabajo más técnico y específico para lograr que los modelos sean flexibles, suaves y blandos, además de aportar un aspecto más juvenil y moderno.

En 2024, se ha incorporado una nueva piel de curtición vegetal en la línea de deportivos de señora y caballero llamada WILMA. Esta curtición contribuye a un menor impacto ambiental porque utiliza sustancias extraídas de las plantas, reemplazando los productos sintéticos.

Adicionalmente, con el objetivo de contribuir al *comfort* sin renunciar a la calidad de los zapatos, se han implementado los siguientes proyectos:

- **Fabricación Strobel<sup>9</sup>:** se han realizado ligeras variaciones con respecto al ejercicio anterior que han dado lugar a dos tipos nuevos de fabricación: strobel al forro y strobel media planta, proporcionando mayor confort y flexibilidad.
- **Adornos con baños eco:** los baños realizado a los adornos se llevan a cabo mediante un proceso más respetuosos con el medio ambiente, ya que las aleaciones son libres de metales pesados.
- **Impresora de forros:** continuidad del proyecto en las plantas de producción sobre las impresión en los forros con el objetivo de aumentar la trazabilidad de los productos.
- **Nesting automático en máquinas de corte de forros:** análisis sobre la viabilidad de instalar un nuevo *software* y *hardware* para implementar en las máquinas de corte de forros con la tecnología nesting automático con el objetivo automatizar el proceso de posicionamiento y corte de piezas.

## 7.2. Aprovisionamientos

El Grupo fomenta las relaciones con los proveedores para que estas sean sólidas, a largo plazo y que se consoliden bajo una base de confianza mutua, compartiendo un objetivo en común: **el compromiso con la calidad y la seguridad del producto.**

El Grupo ha identificado como sus principales riesgos en la cadena de suministro el incremento de precios, la entrega de suministros según los criterios de producción y el control de la calidad de las materias primas. Con el fin de evitar o minimizar la materialización de los riesgos, se establecen los controles pertinentes. En esa línea, las principales medidas implementadas han sido las planificaciones de aprovisionamientos, los acuerdos con proveedores, la subida del nivel mínimo de stock, o el control y la gestión de las materias primas susceptibles de ensayos de calidad por parte del laboratorio externo.

Con el fin de garantizar productos de la más alta calidad, se adoptan procesos para investigar y seleccionar las mejores materias primas. Los principales proveedores del Grupo corresponden a proveedores de materias primas de pieles y forros, localizados en Europa.

A continuación, se muestran las tablas con el desglose de los consumos anuales de materias primas de los años 2023 y 2024:

| 2023                  |    |         |         |                |         |   |
|-----------------------|----|---------|---------|----------------|---------|---|
| BLANCO ALDOMAR S.L.   |    |         |         |                |         |   |
| Tipo de materia prima | Kg | Pares   | Uds.    | m <sup>2</sup> | Plancha | m |
| Adornos               |    |         |         |                |         |   |
| Adornos               | 0  | 0       | 364.103 | 0              | 0       | 0 |
| Bolsas                | 0  | 0       | 414.864 | 0              | 0       | 0 |
| Cajas                 | 0  | 0       | 392.412 | 0              | 0       | 0 |
| Contrafuertes         | 0  | 300.884 | 0       | 0              | 0       | 0 |
| Cordoneras            | 0  | 216.102 | 0       | 0              | 0       | 0 |

<sup>9</sup> **Strobel:** coser la planta directamente al corte para conseguir una mayor flexibilidad y ligereza de los zapatos.

|   |        |         |           |         |       |         |
|---|--------|---------|-----------|---------|-------|---------|
| Cremalleras                               | 0      | 0       | 9.370     | 0       | 0     | 10      |
| Forros                                    | 0      | 0       | 0         | 113.384 | 496   | 0       |
| Hormas                                    | 0      | 74      | 0         | 0       | 0     | 0       |
| Ojetes                                    | 0      | 0       | 1.634.839 | 0       | 0     | 0       |
| Ornamentos                                | 0      | 0       | 22        | 0       | 0     | 1.244   |
| Otros aprovisionamientos                  | 29     | 0       | 0         | 900     | 0     | 0       |
| Pieles                                    | 0      | 0       | 2.418     | 116.158 | 0     | 7.276   |
| Pisos                                     | 0      | 0       | 334.712   | 0       | 0     | 0       |
| Plantas                                   | 0      | 327.519 | 0         | 0       | 0     | 0       |
| Tacones                                   | 0      | 342     | 0         | 0       | 0     | 0       |
| Talonetas                                 | 0      | 332.765 | 0         | 0       | 0     | 0       |
| Topes                                     | 0      | 312.532 | 0         | 0       | 0     | 3       |
| Viras                                     | 0      | 0       | 0         | 0       | 0     | 106.032 |
| <b>SUELAS PREFABRICADAS BLANCO S.L.U.</b> |        |         |           |         |       |         |
| Adornos                                   | -      | -       | 137.710   | -       | -     | -       |
| Cambrillón                                | -      | 68.689  | -         | -       | -     | -       |
| Cercos                                    | -      | -       | -         | -       | -     | 110.835 |
| Cuero                                     | 35.003 | -       | -         | 12      | -     | -       |
| Entresuelas                               | 1.210  | -       | -         | -       | 323   | -       |
| Otros aprovisionamientos                  | -      | -       | 19.040    | 49      | -     | 4       |
| Rellenos                                  | -      | -       | -         | -       | 1.273 | -       |
| Spay                                      | -      | -       | -         | -       | 626   | -       |
| Tacones                                   | -      | 98.671  | -         | -       | -     | -       |
| Tapas                                     | -      | -       | -         | -       | -     | -       |

| Tipo de materia prima      | 2024   |       |         |                |         |        |
|----------------------------|--------|-------|---------|----------------|---------|--------|
|                            | Kg     | Pares | Uds.    | m <sup>2</sup> | Plancha | m      |
| <b>BLANCO ALDOMAR S.L.</b> |        |       |         |                |         |        |
| Adornos                    | 0      | 0     | 390.374 | 0              | 0       | 0      |
| Bolsas                     | 0      | 0     | 335.556 | 0              | 0       | 0      |
| Cajas                      | 0      | 0     | 355.305 | 0              | 0       | 0      |
| Contrafuertes              | 0      | 0     | 566.495 | 0              | 0       | 0      |
| Cordoneras                 | 0      | 0     | 415.702 | 0              | 0       | 2.079  |
| Cremalleras                | 0      | 0     | 15.354  | 0              | 0       | 4      |
| Forros                     | 0      | 0     | 0       | 110.696        | 369     | 0      |
| Hormas                     | 0      | 0     | 110     | 0              | 0       | 0      |
| Ojetes                     | 0      | 0     | 642.078 | 0              | 0       | 0      |
| Ornamentos                 | 0      | 0     | 0       | 0              | 0       | 1.814  |
| Otros aprovisionamientos   | 424,16 | 0     | 40.201  | 21.758         | 2.166   | 14.966 |
| Pieles                     | 0      | 0     | 9.428   | 127.095        | 0       | 25.241 |
| Pisos                      | 0      | 0     | 645.770 | 0              | 0       | 0      |

|   |        |   |         |      |     |        |
|---|--------|---|---------|------|-----|--------|
| Plantas                                   | 0      | 0 | 620.012 | 0    | 0   | 0      |
| Tacones                                   | 0      | 0 | 1.112   | 0    | 0   | 0      |
| Talonetas                                 | 0      | 0 | 653.152 | 0    | 0   | 0      |
| Topes                                     | 0      | 0 | 655.246 | 0    | 0   | 1      |
| Viras                                     | 0      | 0 | 0       | 0    | 0   | 92.017 |
| <b>SUELAS PREFABRICADAS BLANCO S.L.U.</b> |        |   |         |      |     |        |
| Adornos                                   | 0      | 0 | 107.792 | 0    | 0   | 0      |
| Cambrillón                                | 0      | 0 | 87.650  | 0    | 0   | 0      |
| Cercos                                    | 0      | 0 | 0       | 0    | 0   | 78.453 |
| Cuero                                     | 33.418 | 0 | 0       | 6,92 | 0   | 0      |
| Entresuelas                               | 357    | 0 | 0       | 0    | 458 | 0      |
| Otros aprovisionamientos                  | 0      | 0 | 12.399  | 1    | 0   | 0      |
| Rellenos                                  | 0      | 0 | 21      | 0    | 933 | 0      |
| Spay                                      | 0      | 0 | 0       | 0    | 545 | 0      |
| Tacones                                   | 0      | 0 | 139.192 | 0    | 0   | 0      |
| Tapas                                     | 0      | 0 | 794     | 0    | 0   | 0      |

Las variaciones no son del todo comparables, debido a que el uso de estas depende de diversos factores como: diseño, material, talla, si es un zapato para hombre o para mujer, etc.

Para el suministro de pieles, el responsable de calidad y almacén realiza una evaluación presencial para valorar su calidad. Adicionalmente, se selecciona una muestra representativa de cada partida de algunas materias primas principales (piel y forro) para un análisis de laboratorio y comprobar su idoneidad para la fabricación.

En 2024, se han realizado 323 ensayos a través del laboratorio INESCOP<sup>10</sup> quienes realizan un análisis químico para comprobar que los umbrales estén en los rangos permitidos por la normativa europea REACH<sup>11</sup>, y además también realizan análisis físicos para comprobar la calidad, seguridad y resistencias exigidas por la industria del calzado.

Adicionalmente, se requiere a los proveedores de pieles y forros que cuenten con la certificación **Leather Working Group (LWG)**, cuyo propósito es mejorar el impacto ambiental de la industria del cuero a través de la evaluación y certificación de los fabricantes de cuero. En el caso específico de los proveedores de forros, es obligatorio que la calificación sea *Gold*. En aquellos casos en la que la calificación sea *Silver*, también deberán proporcionar el documento *Exhibit B*, donde certifica que como proveedor acredita el cumplimiento de criterios y estándares adicionales, particularmente alineados con los principios de la sostenibilidad.

Por otra parte, los nuevos proveedores pasan por un proceso de homologación. El proveedor ha de aportar la información sobre las pruebas de producto y cumplimentar la documentación con cuestiones relativas a información a servicio, calidad y precio.

<sup>10</sup> INESCOP: Centro de innovación tecnológico del calzado.

<sup>11</sup> REACH: **Reglamento (CE) nº 1907/2006**, normativa europea regula la protección de la salud humana y del medio ambiente frente al riesgo que puede conllevar la fabricación, comercialización y uso de sustancias químicas.

Durante el ejercicio 2024, se han homologado 27 nuevos proveedores de materias primas (15 proveedores homologados en 2023), y no se ha llevado a cabo ninguna auditoría, si bien a nivel interno se verifican temas como plazos de las entregas de los proveedores, las cantidades, la calidad del producto, etc.

### 7.3. Experiencia de marca para los clientes

El Grupo se esfuerza por ofrecer una experiencia al cliente, en la que este se sienta conectado con su lado más estético. El Grupo cuida cada detalle, tratando al zapato como una auténtica joya para que los clientes sean testigos de la historia, de la esencia y del valor de la fabricación a mano.

Todas las formas de interacción entre los clientes y el Grupo son de vital importancia, desde la experiencia de venta hasta la experiencia de compra en la plataforma *e-commerce*, pasando por las comunicaciones digitales, el servicio posventa, personalización de productos, creación de contenido en redes sociales, todo ello con el fin de generar momentos únicos de calidad.

Así, el departamento de clientes es un pilar esencial. El Grupo a través de este departamento apuesta por una escucha activa y cercana con sus clientes, tanto B2B como B2C.

El área B2B gestiona la distribución entre el Grupo y otras empresas, fundamentalmente comercios de lujo y grandes almacenes multimarca de las principales plazas comerciales del mundo. Por otro lado, el área de B2C da servicio a consumidores particulares que compran a través de la web o de los puntos de venta físicos propios gestionados por empresas del Grupo.

Para facilitar la gestión de las incidencias, quejas y reclamaciones, el Grupo cuenta con un departamento comercial de atención al cliente por área de negocio tanto en Europa como en Norteamérica, cuyo fin es orientar y ayudar al cliente a resolver sus necesidades y preguntas. También existe una red de agentes y/o distribuidores que dan servicio comercial a clientes locales.

Desde la sucursal norteamericana se presta servicio a los clientes B2B de EE. UU y Canadá y a los consumidores del B2C de todas las partes del mundo a excepción de la región europea. En España se gestionan fundamentalmente las demandas del resto de clientes y zonas.

Todas las incidencias, reclamaciones o quejas se gestionan de la siguiente manera: vía telefónica, vía email o a través de formularios que se encuentran disponibles en la web en ambas regiones, en las lenguas más comunes (aunque el uso del inglés y el español predominan).

El Grupo ha desarrollado un proceso en el que se describen cada uno de los pasos para la gestión de las reclamaciones, que está dividido en cuatro fases:

1. Recepción de las reclamaciones a través de mail, teléfono...
2. Valoración de la incidencia decidiendo si se realiza el abono al cliente (cuando no puede ser reparado el artículo), se repara o se declina (por el mal uso del artículo).
3. Control y atención de cliente: se da respuesta al cliente y se hace seguimiento de las incidencias.
4. Acción final, entrega del producto reparado o abono al cliente.

- Reclamaciones clientes B2B

En el año 2024, el número de reclamaciones e incidencias de los clientes B2B en Europa y el resto del mundo (excepto América) fueron 292, correspondiente a incidencias relativas a 540 artículos, mientras que en el año 2023 se registraron 258 incidencias de 564 artículos.

Las principales reclamaciones de producto son relativas a la calidad, piel defectuosa, piel rota, ruido al andar y otros, tal y como se detalla a continuación:

| <b>Motivo</b>   | <b>2023</b>          |                 | <b>2024</b>          |                 |
|-----------------|----------------------|-----------------|----------------------|-----------------|
|                 | <b>Reclamaciones</b> | <b>Unidades</b> | <b>Reclamaciones</b> | <b>Unidades</b> |
| Calidad         | 39                   | 59              | 34                   | 101             |
| Piel defectuosa | 18                   | 21              | 27                   | 66              |
| Piel rota       | 15                   | 15              | 37                   | 42              |
| Ruido al andar  | 15                   | 16              | 10                   | 10              |
| Otros*          | 171                  | 453             | 184                  | 321             |
| <b>Total</b>    | <b>258</b>           | <b>564</b>      | <b>292</b>           | <b>540</b>      |

\*Nota. Manchas, rotos, terminación, mal usos, etc.

Durante el ejercicio, ha habido un aumento en el número de reclamaciones, así como un ligero aumento en el ratio de devolución con respecto al ejercicio anterior pasando de un 0,13% a un 0,14%, como se detalla en la siguiente tabla:

| <b>Porcentaje de devolución</b> | <b>2023</b>  | <b>2024</b>  |
|---------------------------------|--------------|--------------|
| Venta de artículos (Uds.)       | 132.044      | 121.733      |
| Unidades reclamadas             | 564          | 540          |
| - Reparadas (Uds.)              | 396          | 371          |
| - Abonadas (Uds.)               | 168          | 169          |
| Devolución (%) *                | <b>0,13%</b> | <b>0,14%</b> |

\*El porcentaje de devolución se calcula entre las unidades abonadas sobre las unidades de artículos vendidos.

Por otro lado, las reclamaciones B2B de Estados Unidos se gestionan a través de correo electrónico. En 2024, se recibieron un total de 892 solicitudes de devolución correspondiente a incidencias de 4.168 artículos, mientras que en 2023 se recibieron 767 solicitudes de devolución correspondientes a 4.154 artículos.

El porcentaje de devolución ha sido de 1,6% en el 2024, frente al 1,7% en 2023.

- Devoluciones clientes B2C

Las reclamaciones de los clientes B2C en Europa se contabilizan a través de la herramienta Magento y de SAP (correspondiente a las reclamaciones que han finalizado en un abono al cliente).

En el ejercicio 2024, en la región de Europa se contabilizaron a través de SAP un total de 1.478 devoluciones de artículo frente a las 1.265 devoluciones de artículos del año anterior.

| <b>Porcentaje de devolución</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> |
|---------------------------------|-------------|-------------|
| Venta de artículos (Uds.)       | 7.101       | 7.021       |
| Devolución de artículos (Uds.)  | 1.265       | 1.478       |
| Devolución (%) <sup>*</sup>     | <b>18%</b>  | <b>21%</b>  |

\*El porcentaje de devolución se calcula como unidades abonadas sobre artículos vendidos. SAP tiene la limitación de que no registra el motivo de la devolución.

Por otro lado, en la siguiente tabla se detallan el número y los motivos de las reclamaciones registradas en el aplicativo Magento.

| <b>Motivo y número de las devoluciones</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b>  |
|--|-------------|--------------|
| Tamaño incorrecto                          | 136         | 923          |
| No era el estilo esperado                  | 18          | 65           |
| Cambio de opinión                          | 24          | 141          |
| Color no esperado                          | 15          | 89           |
| Otros*                                     | 28          | 202          |
| <b>Total</b>                               | <b>221</b>  | <b>1.420</b> |

\*Nota. Incluye calidad-precio, defectuoso, descripción inadecuada del producto, etc.

Nota. Los datos de los ejercicio 2023 y 2024 no son comparables, debido a que, hasta finales de agosto de 2023, la herramienta no incluía los motivos de devolución.

Las solicitudes de devolución B2C en Norteamérica se gestionan a través de la página web (vía la herramienta *Shipstation*), o a través de la línea telefónica de atención al cliente.

Una vez la devolución es recibida en el almacén, se verifica que los artículos estén en buen estado, en cuyo caso se registran en la herramienta SAP para ser abonados al cliente.

Durante 2024, se emitieron notas de abono por un total de 4.787 artículos, correspondiente a un 19% de los artículos facturados, frente a los 4.576 artículos (se abonaron un 19% de los artículos facturados) de 2023. La mayor parte de las reclamaciones recibidas se resolvieron antes del cierre de ambos ejercicios.

Con respecto a las solicitudes recibidas a través de la página web, el cliente debe indicar el motivo de la devolución. A continuación, se desglosan los motivos más frecuentes en las solicitudes de devolución recibidas por esta vía:

| <b>Motivo y número de las devoluciones</b> | <b>2023</b>  |
|--|--------------|
| Cambio de opinión                          | 525          |
| Cambio de par                              | 448          |
| No se ajusta a las expectativas            | 163          |
| Pedido artículo incorrecto                 | 104          |
| No especificado                            | 428          |
| Otros*                                     | 1.331        |
| <b>Total</b>                               | <b>2.999</b> |

\*Nota. Artículo dañado, llegó demasiado tarde, garantía, etc.

| Motivo y número de las devoluciones | 2024         |
|-------------------------------------|--------------|
| Muy grande                          | 1.527        |
| Muy pequeño                         | 1.181        |
| Cambio de opinión                   | 722          |
| Estilo no esperado                  | 281          |
| No se ajusta a las expectativas     | 266          |
| Color no conforme a lo esperado     | 260          |
| Pedido de artículo incorrecto       | 34           |
| Otro*                               | 411          |
| <b>Total</b>                        | <b>4.682</b> |

\*Nota. Artículo dañado, llegó demasiado tarde, garantía, etc.



## 8. Conexión con la comunidad

El Grupo mantiene un firme compromiso con el empleo local, no solo como una decisión estratégica, sino como un pilar esencial de su identidad. Esta apuesta representa una contribución activa al desarrollo social y económico del entorno, generando oportunidades reales y fortaleciendo el vínculo con la comunidad.

Fiel a este propósito, la mayoría de los empleados en España son de Almansa o de municipios cercanos.

Adicionalmente, en el marco del **Plan de Sostenibilidad 2024-2026** se han desarrollado dentro del pilar **Apoyo Económico** diversas iniciativas de carácter social que se describen a continuación:

- **Alianzas educativas exclusivas - *Magnanni School***

### **Formación a mujeres en Mangualde, Portugal**

En la unidad de guarnecido en Mangualde, Portugal, continua el programa en alianza con el **IEFP (Instituto de Emprego e Formação Profissional, I.P.)**, organización que tiene como objetivo promover la creación de empleo calidad, y combatir el desempleo.

El acuerdo tiene como propósito formar mujeres en el cosido de los zapatos. Para ello, el Grupo cede sus instalaciones, maquinaria, herramientas y materias primas necesarias para el desarrollo del curso, que es impartido por el IEFP con la supervisión de un responsable de la empresa.

Desde la primera edición del curso hasta la tercera edición se han formado un total de 58 personas (15 en 2024) y contratado 24 de ellas (5 en 2024).

A la iniciativa anterior, se suma el convenio de formación que se mantiene con el **IES ESCULTOR JOSÉ LUIS SÁNCHEZ**, enfocado en programas de aparado y corte, instalaciones eléctricas y automáticas, así como en automatización y robótica industrial.

- **Programa de proveedores locales de confianza**

El Grupo fomenta y prioriza la contratación local de proveedores, lo que redunda en mayor empleo y oportunidades en la zona. En 2024 el 56,36% de las compras se realizaron a proveedores locales (56,50% en 2023).

| País           | Gasto Proveedores Locales (€) | Total Gasto (€)   | %             |
|----------------|-------------------------------|-------------------|---------------|
| España         | 34.916.430                    | 45.611.710        | 76,55 %       |
| Portugal       | 1.199.109                     | 1.546.306         | 77,55 %       |
| Francia        | 181.706                       | 689.932           | 26,34 %       |
| Estados Unidos | 7.175.274,44                  | 29.088.155,61     | 24,67%        |
| <b>Total</b>   | <b>43.472.519</b>             | <b>76.936.104</b> | <b>56,50%</b> |

| 2024           |                               |                   |               |
|----------------|-------------------------------|-------------------|---------------|
| País           | Gasto Proveedores Locales (€) | Total Gasto (€)   | %             |
| España         | 37.049.132                    | 47.535.838        | 77,94 %       |
| Portugal       | 1.192.592                     | 1.452.256         | 82,12 %       |
| Francia        | 206.189                       | 609.599           | 33,82%        |
| Estados Unidos | 7.948.514                     | 32.718.234        | 24,29%        |
| <b>Total</b>   | <b>46.396.427</b>             | <b>82.315.927</b> | <b>56,36%</b> |

- **Asociación para el desarrollo comunitario**

El compromiso del Grupo con la sociedad se extiende más allá de su labor empresarial, apoyando mediante patrocinios diversas iniciativas deportivas, culturales y sanitarias que repercuten directamente en Almansa, fortaleciendo así su relación con la zona.

En 2024, se han realizado patrocinios por un valor de 9.264 euros (6.895 euros en 2023), los cuales se desglosan a continuación:

| Organización                        | Aportación (euros) |
|-------------------------------------|--------------------|
| AFIN- Arte Producciones S.L.        | 2.378              |
| Unión deportiva Almansa             | 2.000              |
| Club Baloncesto Almansa             | 1.000              |
| Kronos Equipamiento S.L.            | 1.240              |
| Club natación Almansa               | 500                |
| Equipo infantil regional CB Almansa | 500                |
| Peña ciclista el cacho              | 500                |
| Paco Marathon Almansa               | 496                |
| Producciones MIC S.L.               | 350                |
| Grupo Festero Boinas Negras Almansa | 300                |
| <b>Total</b>                        | <b>9.264</b>       |

Por otro lado, en el ejercicio se ha colaborado económicamente con otras organizaciones como la Fundación Cre100do, la Asociación Española contra el Cáncer, Universidad de Castilla la Mancha y el Ayuntamiento de Almansa, entre otras. A continuación, se detallan las más relevantes:

- **Fundación CRE100DO.** Donación anual de 3.000 euros para ayudar a crecer y promocionar en el exterior el *mid market* español.
- **Asociación Española contra el Cáncer.** Donación de 1.500 euros para la Ruta de la Pantanera y de 500 euros para GEICAM para la investigación de cáncer de mama.
- **Universidad de Castilla la Mancha.** Donación de 1.000 euros para la investigación y lucha contra la enfermedad del Alzheimer.
- **Ayuntamiento de Almansa.** Donación de 500 euros para la Carrera de la Mujer.

- **GREAT COMMISSION LATIN:** Donación de 8.459 euros para el apoyo a niños en situación de vulnerabilidad en El Salvador, con el objetivo de contribuir a la cobertura de necesidades básicas como la alimentación, la educación, la atención médica, entre otras.
- **Life Giving Church:** Donación de 24.021 euros destinada al apoyo de diversas actividades, entre ellas la renovación del *Life Center* (Centro de Vida), entre otras.

### Alianzas sectoriales

El Grupo reafirma su compromiso con el sector mediante una participación activa y estratégica en distintas asociaciones. Estas alianzas favorecen un intercambio constante de conocimientos sobre normativas, tendencias de mercado y estrategias de posicionamiento competitivo.

Durante este ejercicio, el Grupo ha formado parte de las siguientes asociaciones:

- **Círculo Fortuny.** Asociación sin ánimo de lucro que impulsa el reconocimiento del sector cultural y creativo español, también actúa como referente en la generación de datos que destacan su papel clave en la economía nacional.
- **Asociación de Marcas Renombradas Españolas.** Asociación compuesta por empresas españolas con marcas líderes en sus respectivos sectores. Su objetivo es trabajar para fortalecer la imagen de la Marca España y actúa como plataforma para el intercambio de experiencias y conocimientos entre las marcas líderes españolas.
- **Asociación de Fabricantes del Calzado.** Promover la cooperación entre las empresas del sector y las instituciones con el objeto de posicionar Almansa como un referente en la fabricación de calzado de calidad.
- **Asociación Española de Economía Digital (A-Digital).** Asociación clave de la economía digital unidas por un objetivo común: Crear en España y en Europa un entorno óptimo para el desarrollo y el crecimiento de la economía digital.
- **Centro Tecnológico de Calzado (INESCOP).** Asociación privada sin ánimo de lucro, que trabaja para proporcionar servicios tecnológicos, transferir conocimientos e investigar sobre temas de interés general para el sector del calzado.
- **Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC).** Asociación que reúne a todos los agentes de la cadena de valor, desde productores y fabricantes, a operadores logísticos y distribuidores.

En 2024, el Grupo ha aportado en concepto de membresía un total de 25.838 euros (24.972 euros en 2023).

## Anexo I

### Índice de contenidos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad

| <b>Información solicitada por la Ley 11/2018</b>   | <b>Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018</b> | <b>Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)</b> |
|--|---|---|
| <b>Información general</b>   |   |   |
| Una breve descripción del modelo de negocio que incluye su entorno empresarial, su organización y estructura   | 4-10  | GRI 2-1<br>GRI 2-6  |
| Mercados en los que opera  | 8   | GRI 2-1<br>GRI 2-6  |
| Objetivos y estrategias de la organización   | 9   | GRI 3-3   |
| Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución   | 10  | GRI 3-3   |
| Marco de reporting utilizado   | 4   | GRI 1   |
| Principio de materialidad  | 21  | GRI 3-1<br>GRI 3-2  |
| <b>Cuestiones medioambientales</b>   |   |   |
| <b>Enfoque de gestión:</b> descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo | 42-49   | GRI 3-3   |
| <b>Información general detallada</b>   |   |   |
| Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad   | 42  | GRI 3-3   |
| Procedimientos de evaluación o certificación ambiental   | 42  | GRI 3-3   |
| Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales  | 42  | GRI 3-3   |
| Aplicación del principio de precaución   | 42  | GRI 3-3   |
| Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales   | 42  | GRI 3-3   |

| <b>Información solicitada por la Ley 11/2018</b>  | <b>Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018</b> | <b>Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)</b> |
|---|---|---|
| <b>Contaminación</b>  |   |   |
| Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica | 49  | GRI 3-3   |
| <b>Economía circular y prevención y gestión de residuos</b>   |   |   |
| Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos   | 42-44   | GRI 3-3<br>GRI 306-2 (2020)<br>GRI 306-3 (2020)                               |
| Acciones para combatir el desperdicio de alimentos  | No material   |   |
| <b>Uso sostenible de los recursos</b>   |   |   |
| Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales  | 44-45   | GRI 303-5 (2018) en lo que respecta al origen de agua consumida               |
| Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso   | 52-55   | GRI 3-3<br>GRI 301-1  |
| Consumo, directo e indirecto, de energía  | 45-47   | GRI 302-1<br>GRI 302-3  |
| Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética   | 47  | GRI 3-3   |
| Uso de energías renovables  | 45-46   | GRI 302-1   |
| <b>Cambio climático</b>   |   |   |
| Emisiones de gases de efecto invernadero generadas como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce   | 48-49   | GRI 3-3<br>GRI 305-1<br>GRI 305-2   |
| Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático   | 48-49   | GRI 3-3   |
| Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin   | 48-49   | GRI 3-3   |

| <b>Información solicitada por la Ley 11/2018</b>   | <b>Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018</b> | <b>Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)</b> |
|--|---|---|
| <b>Protección de la biodiversidad</b>  |   |   |
| Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad  | 49  | GRI 3-3   |
| Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas  | 49  | GRI 3-3   |
| <b>Cuestiones sociales y relativas al personal</b>   |   |   |
| <b>Enfoque de gestión:</b> descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo               | 28-41   | GRI 3-3   |
| <b>Empleo</b>  |   |   |
| Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional  | 28  | GRI 2-7<br>GRI 405-1  |
| Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo  | 29  | GRI 2-7<br>GRI 405-1  |
| Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional  | 29-30   | GRI 3-3<br>GRI 401-1  |
| Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional  | 31  | GRI 3-3<br>GRI 401-1  |
| Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor   | 34-35   | GRI 3-3<br>GRI 405-2  |
| Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad   | 35-38   | GRI 3-3<br>GRI 405-2  |
| Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo | 38  | GRI 3-3   |
| Implantación de políticas de desconexión laboral   | 33  | GRI 3-3   |

| <b>Información solicitada por la Ley 11/2018</b>  | <b>Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018</b> | <b>Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)</b>   |
|---|---|---|
| Número de empleados con discapacidad  | 33  | GRI 3-3<br>GRI 405-1  |
| <b>Organización del trabajo</b>   |   |   |
| Organización del tiempo de trabajo  | 33  | GRI 3-3   |
| Número de horas de absentismo   | 30-31   | GRI 3-3<br>GRI 403-9 (2018)   |
| Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores | 33  | GRI 3-3   |
| <b>Salud y seguridad</b>  |   |   |
| Condiciones de salud y seguridad en el trabajo  | 39-40   | GRI 403-2 (2018)<br>GRI 403-3 (2018)<br>GRI 403-4 (2018)<br>GRI 403-6 (2018)<br>GRI 403-8 (2018)  |
| Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo                  | 40  | GRI 403-9 (2018) en lo que respecta a accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales<br>GRI 403-10 (2018) |
| <b>Relaciones sociales</b>  |   |   |
| Organización del diálogo social incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos                           | 40-41   | GRI 3-3   |
| Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país   | 40  | GRI 2-30  |
| Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo                                     | 41  | GRI 3-3<br>GRI 403-4 (2018)   |
| <b>Formación</b>  |   |   |
| Políticas implementadas en el campo de la formación   | 31  | GRI 3-3   |
| Cantidad total de horas de formación por categoría profesional  | 32  | GRI 404-1   |

| <b>Información solicitada por la Ley 11/2018</b>  | <b>Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018</b> | <b>Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)</b> |
|---|---|---|
| <b>Accesibilidad universal</b>  |   |   |
| Accesibilidad universal de las personas con discapacidad  | 31  | GRI 3-3   |
| <b>Igualdad</b>   |   |   |
| Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres   | 32-33   | GRI 3-3   |
| Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo  | 32-33   | GRI 3-3   |
| Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad  | 32-33   | GRI 3-3   |
| <b>Respeto de los Derechos Humanos</b>  |   |   |
| <b>Enfoque de gestión:</b> descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo  | 15-16   | GRI 3-3   |
| <b>Aplicación de procedimientos de diligencia debida</b>  |   |   |
| Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos y prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos  | 15-16   | GRI 2-23<br>GRI 2-26  |
| Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos  | 15-16   | GRI 3-3<br>GRI 406-1  |
| Medidas implementadas para la 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; la abolición efectiva del trabajo infantil | 15-16   | GRI 3-3   |

| <b>Información solicitada por la Ley 11/2018</b>  | <b>Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018</b> | <b>Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)</b> |
|---|---|---|
| <b>Lucha contra la corrupción y el soborno</b>  |   |   |
| Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo | 14-15   | GRI 3-3   |
| Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno  | 14-15   | GRI 2-23<br>GRI 2-26  |
| Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales   | 14-15   | GRI 2-23<br>GRI 2-26  |
| Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro   | 60-61   | GRI 2-28  |
| <b>Información sobre la sociedad</b>  |   |   |
| Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo | 16-17<br>18-19<br>24-25<br>50-61  | GRI 3-3   |
| <b>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</b>   |   |   |
| El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local  | 59-60   | GRI 203-1   |
| El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio   | 59-60   | GRI 3-3<br>GRI 413-1  |
| Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos  | 20  | GRI 3-3<br>GRI 413-1  |
| Las acciones de asociación o patrocinio   | 60-61   | GRI 3-3<br>GRI 2-28   |
| <b>Subcontratación y proveedores</b>  |   |   |
| Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales   | 50<br>52-54   | GRI 3-3   |
| Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental  | 54  | GRI 2-6   |
| Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de las mismas   | 54-55   | GRI 2-6   |
| <b>Consumidores</b>   |   |   |
| Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores  | 50<br>52-54   | GRI 3-3<br>GRI 416-1  |

| <b>Información solicitada por la Ley 11/2018</b>                     | <b>Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018</b> | <b>Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)</b> |
|--|---|---|
| Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas | 55-58   | GRI 3-3   |
| <b>Información fiscal</b>  |   |   |
| Los beneficios obtenidos país por país                               | 16  | GRI 207-4 (2019)  |
| Los impuestos sobre beneficios pagados                               | 17  | GRI 207-4 (2019)  |
| Las subvenciones públicas recibidas                                  | 17  | GRI 201-4   |



# **Blanco Bonete Inversiones y Sociedades Dependientes**

[www.bbinv.es](http://www.bbinv.es)