

**World Duty Free
Group, S.A.
(Sociedad Unipersonal)**

Estado de Información no Financiera
del ejercicio terminado el 31 de
diciembre de 2021, junto con el
Informe de Verificación Independiente

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA DE WORLD DUTY FREE GROUP, S.A. (SOCIEDAD UNIPERSONAL) DEL EJERCICIO 2021

Al Accionista Único de World Duty Free Group, S.A.U.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021, de World Duty Free Group, S.A.U. (en adelante “la Sociedad”) que forma parte del Informe de Gestión de World Duty Free Group, S.A.U.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la “Tabla de contenidos conforme a la Ley 11/2018” incluida en el EINF adjunto.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión de la Sociedad, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de World Duty Free Group, S.A.U. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la “Tabla de contenidos conforme a la Ley 11/2018” del citado Estado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de World Duty Free Group, S.A.U. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICCC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, “Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica” (NIEA 3000 Revisada)) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de la Sociedad que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de la Sociedad para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad y descrito en el apartado “Alcance y metodología de la información no financiera”, considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2021.

- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

Fundamento de la conclusión con salvedades

Como resultado de los procedimientos realizados y las evidencias obtenidas, se ha puesto de manifiesto que determinada información relativa a la sucursal que la Sociedad explota en Kuwait que puede ser considerada material no ha sido incorporada en el EINF conforme a la normativa mercantil en vigor.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados y en las evidencias que hemos obtenido, excepto por los efectos de la cuestión descrita en el párrafo “Fundamento de la conclusión con salvedades”, no se ha puesto de manifiesto aspecto adicional alguno que nos haga creer que el EINF de World Duty Free Group, S.A.U. correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la “Tabla de contenidos conforme a la Ley 11/2018” del citado Estado.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

DELOITTE, S.L.



Victoria Larroy García

28 de julio de 2022



Contenido

1. Alcance y metodología de la información no financiera.....	2
2. Modelo de Negocio	4
3. Gestión del riesgo.....	9
4. Lucha contra la corrupción y el soborno	12
5. Política Medioambiental.....	14
6. Personal.....	21
7. Derechos Humanos	31
8. Compromiso social	34
9. Subcontratación y proveedores	36
10. Consumidores.....	37
11. Información fiscal	39
Anexo. Tabla de contenidos conforme a la Ley 11/2018	40



1. Alcance y metodología de la información no financiera

El presente estado de información no financiera se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de información no financiera y Diversidad aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican 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 (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

En su elaboración también se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. Asimismo, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de *Global Reporting Initiative* (Estándares GRI Seleccionados).

En este contexto, a través del estado de información no financiera World Duty Free Group, S.A.U. (la Sociedad) tiene el objetivo de informar sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal y en relación a los derechos humanos relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio.

Informe Global de Sostenibilidad de Dufry – Para el reporte de la información no financiera, Dufry publica a nivel global un informe de sostenibilidad conforme a los principios marcados por Global Reporting Initiative GRI (opción esencial). Este informe está disponible desde el 8 de marzo de 2022 en la página web corporativa www.dufry.com.

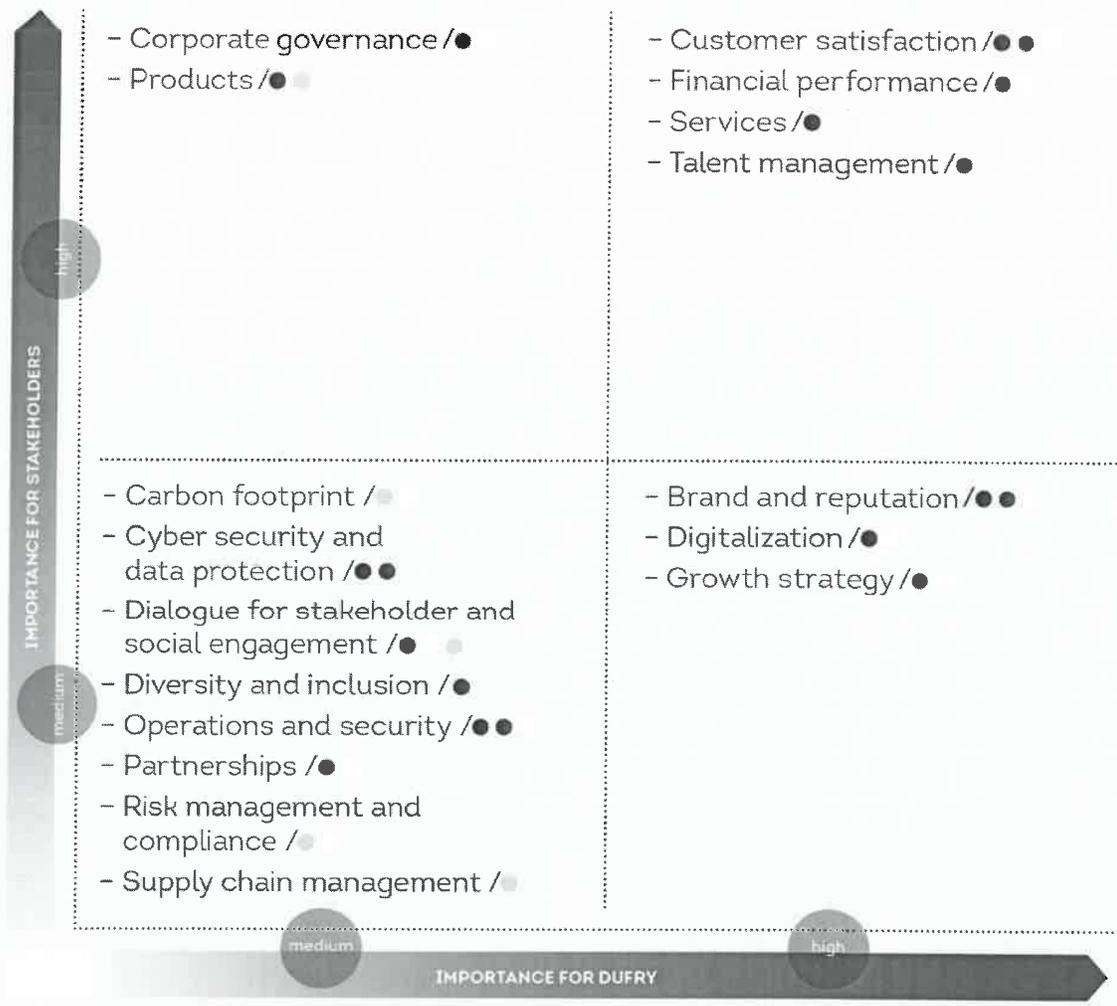
World Duty Free Group, S.A.U. es filial del Dufry Group con sede en Basilea (Suiza), empresa cotizada en el mercado suizo como Dufry AG (SIX: DUFN;) Dufry opera alrededor de 2.400 tiendas duty-free y duty-paid en aeropuertos, líneas de cruceros, puertos marítimos, estaciones de tren y tiendas de calle en emplazamientos turísticos en 66 países (el listado completo de países en los que opera está disponible en la memoria anual del Grupo, disponible en www.dufry.com). En Dufry trabajan más de 22.000 profesionales. Dufry tiene establecidas políticas y procedimientos de ámbito global que regulan el funcionamiento de sus operaciones en todos los países. En la preparación de este informe se han tenido en cuenta las políticas globales salvo en los casos donde existen procedimientos y políticas específicos de la filial española (World Duty Free Group, S.A.U.).

Alcance: World Duty Free Group, S.A.U. desarrolla su actividad en España y en Kuwait a través de una sucursal allí constituida en 2005. En la elaboración del presente informe no obstante se han tenido únicamente en consideración los datos del negocio español dado que la filial kuwaití, tanto por el nivel de facturación como por el tamaño de la plantilla, no representan un volumen significativo.

Materialidad: en la preparación de este informe se ha seguido en análisis de materialidad realizado para la elaboración del Informe Global de sostenibilidad de Dufry anteriormente mencionado. En la elaboración de dicho análisis de materialidad, que se realizó en 2016 con el apoyo de un asesor externo y que revisamos anualmente, se han tenido en cuenta factores internos y externos, tales como políticas de Grupo y regulaciones, análisis de materialidad de empresas similares a Dufry, así como los requisitos marcados por el SASB (Sustainability Accounting Standard Board) y el informe elaborado por el Governance & Accountability Institute. Los mismos criterios de materialidad han sido aplicados a World Duty Free Group, S.A.U.

El gráfico que figura a continuación recoge las cuestiones esenciales fruto de esa evaluación y que están clasificadas en torno a dos criterios: impacto sobre el negocio de Dufry y el impacto sobre los grupos de interés (stakeholders) con los que se relaciona Dufry y que tienen un grado de relevancia alto o muy alto en ambas dimensiones.

MATERIALITY MATRIX



● CUSTOMER FOCUS
 ● EMPLOYEE EXPERIENCE
 ● PROTECTING ENVIRONMENT
 ● TRUSTED PARTNER

Estándar de información - Esta información no financiera ha sido elaborada de acuerdo con los requisitos de la Ley 11/2018 sobre información no financiera, así como las normas de Global Reporting Initiative (GRI Seleccionados). El Anexo de este informe incluye una tabla que recoge todos los elementos de información exigidos por la Ley, con una referencia a la página o páginas donde se incluye la información.

De conformidad con la Ley 11/2018, esta información no financiera ha sido revisada por Deloitte. Se adjunta a este informe el Informe de Verificación Independiente correspondiente.

2. Modelo de Negocio

World Duty Free Group, S.A.U., una filial de Dufry: Al igual que la matriz, Dufry, la actividad de World Duty Free Group, S.A.U. consiste, fundamentalmente, en la gestión de tiendas situadas en distintos aeropuertos de España. El detalle de las tiendas que opera la empresa en España puede encontrarse en las cuentas anuales de la Sociedad, así como en la página 58-59 del [informe anual de Dufry 2021](#). La Sociedad comparte el modelo de negocio, estrategia y propuesta de valor de la matriz, Dufry, que a continuación se detalla.

Modelo de negocio: World Duty Free Group, S.A.U. gestiona puntos de venta tanto en régimen fiscal libre de impuestos (duty-free) como en régimen fiscal normal (duty-paid), sobre todo situados en aeropuertos, en base a un modelo de contratos de concesión y asociación.

En el régimen de duty-free, los productos que se venden están libres de impuestos de importación, derechos aduaneros y otros impuestos, mientras que en el régimen de duty-paid, se aplican derechos aduaneros, impuestos de importación y otros impuestos a los productos. En lo que respecta a las transacciones en la Unión Europea, de acuerdo con la Directiva 91/680/CEE de 16 de diciembre de 1991, el régimen fiscal normal se aplica si el destino final del pasajero se encuentra dentro de un Estado miembro de la Unión Europea, mientras que el régimen fiscal libre de impuestos se aplica si el destino final del pasajero se encuentra fuera de la Unión Europea.

Estrategia del Grupo Dufry

La estrategia de Dufry se centra en el crecimiento sostenible y rentable a largo plazo, basándose tanto en el crecimiento orgánico como en las adquisiciones, tal y como demuestra el notable historial de rápida expansión de la empresa en los últimos 15 años. La implementación de la estrategia sigue un enfoque de diversificación por, entre otros, la geografía, el canal y el régimen aduanero. Esto permite aprovechar al máximo las oportunidades de crecimiento del sector minorista de viajes -a pesar del impacto a corto plazo de la pandemia de COVID-19- y mitigar los riesgos relacionados con el negocio (véase Riesgos y Oportunidades en la página 3 del Sustainability Report Annex (página 282 y siguientes del pdf del Informe Anual Dufry 2021 [aquí](#)). En 2019, en condiciones normales de mercado, Dufry tenía una cuota de mercado del 11 % en la venta minorista de viajes en general, y cerca del 20 % en el comercio minorista de viajes en aeropuertos, que representó el 84 % de nuestro negocio.

Creación de valor para todos nuestros grupos de interés

Dufry centra claramente sus actividades en la venta minorista de viajes y pretende servir de la mejor manera posible al público cautivo, típico del sector. La venta minorista de viajes es el crisol de tres sectores muy importantes: la venta minorista, los viajes y los lugares de ocio, y representa uno de los mercados más importantes para las marcas de bienes de consumo.

La experiencia y los servicios de Dufry se ajustan a las diferentes expectativas de nuestros grupos de interés y tienen como objetivo generar valor para todos ellos. Para los clientes, creamos experiencias de compra inigualables; para los proveedores, construimos el mercado en el que interactuar con los viajeros y vender sus productos a grupos de clientes de rápido crecimiento; para los propietarios de las infraestructuras (landlords), proporcionamos conocimientos comerciales para capitalizar mejor sus lugares de viaje o de ocio; para los accionistas, creamos valor a largo plazo a través de la generación de efectivo y beneficios, y para los empleados y las comunidades locales, ofrecemos oportunidades de trabajo para apoyar la creación de riqueza.

Nuestros clientes disfrutan de experiencias de compra memorables, que mejoramos constantemente mediante el desarrollo de los mejores formatos comerciales y tiendas, así como mediante la aplicación de innovadoras

iniciativas de marketing multicanal y la ampliación de nuestros servicios en línea, lo que nos permite aumentar el compromiso de los clientes.

La demografía desempeña un papel importante en nuestro negocio y los cambios en los perfiles y preferencias de los clientes pueden producirse rápidamente. Por esta razón, Dufry da gran prioridad a la información sobre los consumidores, extrapolada de la información operativa interna, de las encuestas periódicas a los clientes y de la investigación externa. Esta escucha permanente de los clientes es la base para perfeccionar continuamente nuestra oferta, no solo igualando sino superando las expectativas de nuestros clientes. En 2021, Dufry ha aumentado considerablemente su diálogo con los clientes mediante encuestas específicas y, como uno de los resultados, ha introducido la "iniciativa de identificación de productos sostenibles" en determinadas operaciones – entre otras en una selección de aeropuertos españoles - que ayuda a los clientes a encontrar las ofertas más sostenibles en nuestros amplios surtidos.

Además de ofrecer a los clientes grandes promociones, novedades y productos exclusivos que siempre buscan, crear un sentido de pertenencia al lugar es, para Dufry, un elemento clave de una experiencia de compra atractiva para el cliente. Esto incluye la oferta de productos locales, ya que a los clientes les encanta completar su experiencia de viaje llevándose recuerdos a casa, así como marcas reconocidas internacionalmente que son muy conocidas y gustan mucho. Nuestras tiendas combinan los famosos surtidos de marcas mundiales y productos de alta calidad con un toque local especial, que diferencia a nuestras tiendas en todo el mundo.

A los proveedores de Dufry les ofrecemos acceso a la mayor cartera de clientes del canal minorista de viajes, a través de más de 2.300 de nuestras tiendas en más de 420 ubicaciones en 66 países, apoyadas además por nuestro creciente número de plataformas digitales. Nuestras tiendas ofrecen a los proveedores una oportunidad inigualable en todo el mundo para promocionar sus marcas y productos, llegando a un segmento de consumidores afluentes y permitiéndoles adquirir sus productos en nuestras distintas ubicaciones y canales online de venta al por menor de viajes.

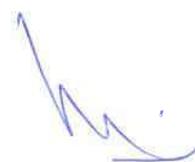
En los últimos años, hemos observado una creciente importancia de las novedades, los productos exclusivos y las ediciones limitadas para atraer a los clientes a nuestras tiendas. En 2021, esta tendencia a largo plazo se complementó con el interés por los productos sostenibles y se reconfirmó a pesar de algunos cambios de categoría a corto plazo hacia productos de conveniencia durante la fase de recuperación, en la que se produjo una aceleración de los viajes nacionales e intra-regionales. Dufry trabaja tradicionalmente en estrecha colaboración con las marcas para ofrecer a los clientes una selección única de productos y de productos y experiencias de marca, lo que hace que el canal sea aún más atractivo.

Los operadores de infraestructuras buscan generar la mayor productividad y maximizar los ingresos provenientes de sus espacios comerciales. Para ello, Dufry les ofrece una gama completa de conceptos de venta al por menor adaptados y personalizados a cualquier ubicación específica, complementados por la cartera más completa de marcas globales y locales. De esta forma, los arrendadores pueden ofrecer a sus viajeros espacios comerciales atractivos y servicios en línea, lo que se traduce en un aumento de los ingresos de origen no aeronáutico y en una mayor optimización de su rendimiento empresarial global.

Para los accionistas, Dufry ofrece una atractiva oportunidad de inversión para participar en un sector en constante crecimiento y en una empresa centrada en el crecimiento rentable y la fuerte generación de efectivo. A pesar del difícil entorno comercial actual, la venta minorista de viajes es un sector estructuralmente resistente con un historial probado de crecimiento sostenido.

Diversificación geográfica para maximizar oportunidades y mitigar riesgos.

La diversificación siempre ha sido un elemento fundamental de nuestra estrategia, ya que minimiza considerablemente los riesgos y ofrece oportunidades de crecimiento constante. A nuestro entender, la



diversificación incluye aspectos como las geografías, los sectores del mercado y los canales, así como, cada vez más, también la digitalización y las plataformas en línea.

La diversificación geográfica es la mejor manera de beneficiarse del creciente número de viajeros en todo el mundo, ya que podemos aprovechar las audiencias cautivas de nuestros lugares. La presencia global de Dufry nos permite evaluar a fondo las oportunidades de nuevos proyectos en cualquier lugar de proyectos en cualquier lugar, aprovechando la experiencia de nuestros equipos locales.

Nuestra amplia presencia geográfica con operaciones en 66 países y la red de locales y tiendas es también un activo de marketing único que podemos ofrecer a nuestros proveedores. Les permite relacionarse directamente con un número creciente de clientes y acceder a cualquier mercado maduro o emergente. En la actualidad, Dufry no sólo es el líder del mercado mundial de la venta minorista de viajes, sino también, con diferencia, el actor más más diversificado del sector.

Además, la diversificación geográfica mitiga considerablemente los riesgos generados por impactos externos en mercados o regiones individuales. Esto ha quedado ampliamente demostrado en 2021, cuando pudimos acelerar la recuperación beneficiándonos de la pronta apertura de los viajes nacionales e intrarregionales, por ejemplo, con vuelos en Estados Unidos o dentro de la Unión Europea. Además, Dufry también tiene una exposición limitada a los contratos individuales, como lo demuestra la proporción de concesiones individuales en el Grupo. La mayor concesión representa menos del 4 % de nuestro negocio, y las diez mayores representan menos del 22 % de las ventas de 2021.

La diversificación por canales y sectores amplía el alcance de Dufry permitiendo el acceso a todo tipo de grupos de clientes y sus comportamientos específicos. En este contexto, estar presente en estaciones de tren, tiendas fronterizas y lugares céntricos como hoteles, casinos, complejos de ocio y plazas o centros comerciales, así como en el negocio de los cruceros y los transbordadores, representa un mayor potencial y oportunidades de crecimiento.

Aumento del compromiso ESG

En 2021, Dufry ha aumentado considerablemente su compromiso ESG con varias iniciativas, que están totalmente alineadas e integradas en la estrategia del Grupo. Sobre todo, Dufry ha definido objetivos de reducción de CO₂ basados en SBTi (iniciativa de objetivos basados en la ciencia) que permiten a Dufry alcanzar la neutralidad climática para las emisiones de alcance 1+2 en 2025 y reducir considerablemente las emisiones de alcance 3 en 2027 y 2030, respectivamente, con iniciativas específicas. Además, el Grupo ha llevado a cabo el proceso de recertificación del Código de Conducta de los Proveedores de Dufry, ampliando su alcance y cubriendo una mayor parte de su volumen de compras y ha reforzado su programa de diversidad e inclusión con varias iniciativas.

Evolución de la digitalización orientada al cliente y a los procesos

Para Dufry, la digitalización sigue siendo un área de enfoque estratégico clave para diversificar y ampliar el compromiso con el cliente y para acelerar las ventas en línea, pero también para simplificar y aumentar la eficiencia de los procesos y procedimientos internos. Desde una perspectiva organizativa, la digitalización allana el camino para implementar nuevos métodos de trabajo y acortar el tiempo de comercialización y los procesos de toma de decisiones. Igualmente, abre nuevas oportunidades desde el punto de vista del cliente, permitiendo aumentar considerablemente los puntos de contacto con el cliente en todos los canales, en todas las geografías y en todos los sectores, interactuando con los clientes desde el momento en que planifican su viaje hasta el momento en que regresan a casa. La colaboración con Alibaba, entre otros socios, anunciada a principios de 2021, acelerará aún más nuestras iniciativas digitales y muestra cómo este tipo de iniciativas darán forma al futuro de la venta minorista de viajes.

Disciplina financiera centrada en la rentabilidad

Dufry siempre ha fomentado un enfoque financiero disciplinado en todos sus proyectos, ya sean orgánicos o de adquisición. Analizamos cuidadosamente cada proyecto o inversión importante con proyecciones detalladas y centrándonos en los requisitos mínimos de rentabilidad. Esto incluye una cuidadosa evaluación de la inversión inicial necesaria para construir e instalar las tiendas, así como la estructura de costes, la rentabilidad y la generación de flujo de caja del negocio una vez que esté operativo y a lo largo del tiempo. Esta cultura de dar importancia a la rentabilidad y al control de costes nos ha permitido hacer crecer nuestro negocio de forma rentable y captar oportunidades en muchos mercados diferentes, y en nuestra historia reciente ha contribuido a salvaguardar la resistencia del Grupo.

Como parte de la gestión del riesgo financiero del Grupo, minimizamos los riesgos del negocio aplicando una estructura de costes muy variable. Estas características defensivas contribuyen a proteger el negocio en caso de recesiones, que en condiciones normales suelen ser locales y temporales, proporcionando así un perfil sólido y resistente. El estallido y la propagación de la pandemia de COVID-19 durante los dos últimos años y la capacidad del Grupo para reaccionar rápidamente con la adaptación del Grupo y la estructura de costes a los nuevos retos del mercado, es un ejemplo que confirma el nivel de variabilidad y capacidad de adaptación de nuestra estructura de costes.

Crecimiento orgánico complementado con adquisiciones

La estrategia fundamental de crecimiento de Dufry sigue caracterizándose por una combinación de crecimiento orgánico y oportunidades de fusiones y adquisiciones. Aunque la actual pandemia de COVID-19 podría retrasar ligeramente algunos proyectos de expansión desde la perspectiva de los propietarios a corto plazo, la venta minorista de viajes sigue siendo una industria resistente en un horizonte a medio y largo plazo, y esperamos ver cómo se materializan más oportunidades de crecimiento y asociación en línea con la aceleración de la recuperación.

Con respecto al crecimiento orgánico, el sector minorista de viajes tiene la ventaja única de beneficiarse de un aumento secular de viajeros en todo el mundo y ofrece la gran oportunidad de relacionarse directamente con ellos. Esta característica diferencia claramente a la venta minorista de viajes de cualquier otro canal minorista y seguirá siendo válida también después de la recuperación. Por lo tanto, el crecimiento orgánico seguirá siendo un importante motor del desarrollo de Dufry.

Nos centraremos en impulsar las ventas mediante la aplicación de los mejores conceptos de tiendas libres de impuestos y de pago, mediante un mayor despliegue de nuestra estrategia digital y mediante la evolución de las actividades promocionales y de marketing probadas que hemos utilizado y perfeccionado a lo largo de los años. Además de beneficiarnos de los pasajeros adicionales, tenemos previsto seguir aumentando nuestro espacio de venta, ya sea mediante la expansión en ubicaciones existentes o la obtención de nuevos contratos en aeropuertos y canales alternativos, y con un enfoque específico en la aceleración del crecimiento en Asia. La apertura del Global Duty Free Plaza en el Mova Mall de Haikou, la capital de Hainan, y la renovación de la concesión en Camboya, que abarca tres importantes aeropuertos internacionales, apuntalan esta estrategia. Específicamente para el mercado estadounidense, el alcance de los canales alternativos también incluye el sector de restauración, ya que este segmento es de gran importancia para América del Norte y representa un potencial de sinergia para nuestra presencia ya existente.

Actualmente, Dufry genera alrededor del 48% de sus ingresos en las operaciones libres de impuestos y el 52% en las de pago, y ambos sectores siguen ofreciendo importantes oportunidades de crecimiento. El reparto actual se ve influido por un peso ligeramente superior al de las operaciones de pago, debido a la rápida recuperación y aceleración de los pasajeros nacionales e intrarregionales. Cabe esperar una vuelta a la tradicional mayor



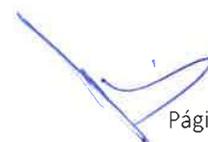
proporción de las tiendas libres de impuestos, en consonancia con la recuperación del tráfico transcontinental e internacional.

La venta minorista de viajes sigue siendo un sector relativamente fragmentado, en el que los 10 principales operadores controlan algo más de la mitad del mercado y el resto está formado por pequeños y medianos operadores, a pesar de la consolidación observada en la venta minorista de viajes en los últimos años. Junto con la recuperación del negocio, esperamos poder seguir aprovechando las fusiones y adquisiciones, centrándonos en Asia y en el sector de restauración o complementando nuestra presencia en otros mercados existentes.

Sólidos fundamentos del sector a largo plazo a pesar de los retos a corto plazo

A lo largo de 2021 y en todas las nacionalidades, el comportamiento de los pasajeros ha sido tranquilizador y ha confirmado la propensión y la voluntad de viajar a largo plazo en cuanto se han levantado las restricciones gubernamentales. Se trata de un indicio alentador e importante de que la resistencia fundamental de la venta minorista de viajes es incuestionable y de que el sector mantiene su atractivo como canal minorista en crecimiento que presenta su propia dinámica de crecimiento, que no es comparable a la de la venta minorista en la calle.

Aunque la visibilidad de la recuperación del patrón de viajes sigue siendo baja, actualmente existe una clara tendencia de recuperación en todos los canales con la expectativa de volver a los niveles de pasajeros de 2019 a finales de 2023 o principios de 2024. Esta expectativa se basa en las últimas estimaciones de ACI, IATA, OACI y Air4Cast. Antes de la pandemia, especialistas externos del sector, como Air4Cast, estimaban que el número de pasajeros a nivel mundial crecería en torno al 4% anual, lo que se traduce en un potencial de más de 300 millones de nuevos clientes para el sector cada año. Las expectativas de crecimiento son diferentes por región, como es normal en el sector, y Dufry espera ver el crecimiento en relación con su respectiva exposición geográfica y la mezcla de pasajeros. Este potencial de crecimiento subyacente y los impactos de ventas relacionados pueden incrementarse aún más mediante el desarrollo de conceptos comerciales innovadores con propietarios y marcas, así como a través de la propia aceleración de Dufry de sus iniciativas de digitalización, impulsando el cambio en la forma en que evoluciona la venta minorista de viajes. Creemos que ser el líder del mercado global también significa estar a la vanguardia de este desarrollo.



3. Gestión del riesgo

Mapa de riesgos

Los riesgos inherentes al negocio de World Duty Free Group, S.A.U. son los mismos que los de su matriz, Dufry y se engloban en dos grupos: Riesgos financieros – relacionados con los tipos de interés, tipos de cambio, riesgos de crédito y riesgos de liquidez (el detalle de los mismos, así como la gestión de estos riesgos, puede encontrarse en el informe de gestión de World Duty Free Group, S.A.U.) y riesgos no financieros. La relación completa de todos esos riesgos, así como las oportunidades y maneras de gestionarlos, están detallados en la página 285 del informe anual de Dufry [aquí](#). A continuación, describimos los riesgos no financieros más significativos del negocio de World Duty Free Group, S.A.U.

Riesgo de negocio: dado que la Sociedad opera espacios comerciales ubicados en aeropuertos la evolución de su actividad se encuentra fuertemente influenciada por la evolución del tráfico aéreo, siendo éste el principal riesgo del negocio. En este sentido, la existencia de determinados eventos ajenos al control de la Sociedad, como desastres naturales, ataques terroristas, accidentes aéreos, ceses de actividad de determinadas aerolíneas, incrementos de las medidas de seguridad aeroportuarias, etc. pueden provocar cambios en el tráfico aéreo. En este aspecto, también se incluyen emergencias sanitarias, como la desatada por la Covid-19, y las medidas extraordinarias adoptadas por los estados de restricción de la movilidad de las personas.

Como elemento intrínseco al viaje, es importante destacar el impacto que sobre el poder adquisitivo de los clientes de la Sociedad tiene la evolución de los tipos de cambio. En este sentido, al ser los pasajeros británicos la principal nacionalidad de dichos clientes en España, la evolución de su poder adquisitivo en euros es determinante para el volumen de la actividad de la Sociedad.

Adicionalmente, por la naturaleza de la actividad de la Sociedad, cuyas tiendas son adjudicadas a través de contratos con AENA, mediante concurso público y con un vencimiento determinado, la Sociedad está expuesta al riesgo de no renovación de dichos contratos.

World Duty Free Group, S.A.U. trabaja de manera constante, con el apoyo de los gestores aeroportuarios, para analizar las tendencias del tráfico de pasajeros y las necesidades de los clientes para poder presentar la mejor oferta y gestionar más eficazmente los puntos de venta existentes. Esto supone revisar constantemente la oferta de productos y los niveles de los servicios prestados para que sigan siendo competitivos en términos de calidad y precio y adecuarlos a los diferentes hábitos de consumo de los clientes, estimulando una relación ventajosa para el Grupo licenciatario, ya que un número más elevado de ventas supone unos ingresos más altos para ambas partes.

En general, la Sociedad mitiga el riesgo de negocio siguiendo un enfoque centrado en la creación y el mantenimiento de asociaciones claras y duraderas con los concesionarios, basadas en parte en el desarrollo de soluciones comerciales que maximicen las ganancias generales.

Riesgos normativos: la posibilidad de operar en régimen libre de impuestos es una ventaja competitiva para World Duty Free Group, S.A.U. frente a aquellos operadores que no pueden disfrutar de este régimen. No obstante, las autoridades pueden modificar o suprimir la aplicación del régimen libre de impuestos para algunas categorías de productos o modificar el régimen fiscal aplicado a los productos que se venden en tiendas tradicionales fuera de los aeropuertos, eliminando así parte de la ventaja competitiva. Asimismo, si se modifican los requisitos para obtener, mantener o renovar certificaciones, licencias y autorizaciones para explotar tiendas libres de impuestos y World Duty Free Group, S.A.U. ya no pudiera adaptarse a los nuevos requisitos, el Grupo podría perder la licencia para la explotación de las tiendas en régimen libre de impuestos, en general, en alguno de los mercados en los que opera o con respecto a determinadas categorías de productos.

Para mitigar estos riesgos, con la ayuda de especialistas externos, la Sociedad permanece constantemente informado acerca de la situación legislativa para poder adaptar sus procesos, procedimientos y controles a los nuevos requisitos y tener a su personal informado. También confía en una monitorización y auditorías constantes del servicio con respecto a las obligaciones legales y contractuales. A este respecto, la matriz de World Duty Free Group, S.A.U., Dufry, participa activamente con asociaciones del sector, entre otros ETRC (European Travel Retail Council) en la elaboración de Códigos de Buenas Prácticas y de auto-regulación para venta de alcohol.

Riesgos reputacionales: el buen nombre del Grupo ante las empresas concesionarias y los clientes representa uno de los elementos clave en el que se basan los concesionarios para adjudicar o renovar contratos de concesión. La reputación de la Sociedad ante los clientes podría verse perjudicada por la reducción de la calidad percibida de los servicios que presta, con la consiguiente pérdida de atractivo y de clientes; ante los licenciantes la reputación de la Sociedad podría verse perjudicada por su incapacidad para cumplir sus obligaciones contractuales.

En relación con estos riesgos, a lo largo de los años la Sociedad ha conseguido y mantenido una buena reputación ante los concesionarios y los clientes. Una confirmación implícita de esta afirmación es su capacidad, durante todos estos años, de renovar los contratos de concesión y conseguir otros nuevos.

Asimismo, se lleva un control constante de la calidad de los servicios que presta a los clientes (en cuanto a la satisfacción percibida y la seguridad de los productos).

Riesgos relacionados con la salud pública: pandemias, como la originada por el coronavirus Covid-19, pueden tener un impacto negativo sobre el negocio de World Duty Free Group, S.A.U., tal como quedó patente en el ejercicio 2020 y en menor medida en 2021. La propagación de un virus o enfermedad que obligue a la adopción de medidas extraordinarias que limiten la libre circulación de personas y/o el cierre del tráfico aéreo y, por consiguiente, de los aeropuertos, puede afectar la operativa de nuestro negocio.

En este sentido, la Sociedad alinea los protocolos de la operativa en tienda con las recomendaciones de los organismos de salud nacionales e internacionales a fin de ofrecer un entorno de compras seguro para clientes y trabajadores, contribuyendo así a disminuir el riesgo de propagación de una potencial enfermedad.

Modelo de gestión del riesgo

Dufry adopta un modelo de gestión de riesgo basado en tres niveles. Este modelo es de aplicación a todas las empresas filiales del Grupo, incluida la Sociedad. El Grupo se apoya en una herramienta informática de Gestión de Riesgos (Enterprise Risk Management) llamada GRC (Governance, Risk and Compliance) que permite una exhaustiva identificación y gestión de potenciales riesgos que puedan afectar al negocio.

Primer nivel - El compromiso de Dufry y de todas sus empresas filiales con la integridad y la transparencia empieza por su propio personal. Dufry exige a todos sus empleados, gestores y ejecutivos a actuar en todo momento conforme a lo establecido en el Código Ético de Dufry, así como en su Política de Sostenibilidad e Integridad en las transacciones comerciales.

El Código Ético de Dufry y la Política de Sostenibilidad e Integridad en las transacciones comerciales describen los tipos de conducta que no están permitidos e imponen reglas estrictas en relación con la operación del negocio.

Además, las reglas requieren que se lleve a cabo una diligencia debida y cuidadosa con los nuevos socios externos con los que Dufry está trabajando, incluido un procedimiento que debe seguirse para examinar a todos los socios minoritarios nuevos, consultores para proyectos de desarrollo empresarial, contrapartes para transacciones de M&A y otras contrapartes similares.

Segundo nivel – Existen diferentes funciones de gobierno interno que realizan, entre otros, los departamentos de Compliance, Legal, Financiero, Recursos Humanos, etc.

Dentro de las funciones del departamento de Compliance, con la intervención de los equipos de Cumplimiento y de Privacidad, está la vigilancia continua de los principales riesgos y el establecimiento de los controles más idóneos para su mitigación, a la vez que para el mejor cumplimiento de las políticas y procedimientos del Grupo.

El ámbito de actuación de la función Cumplimiento Normativo y Gobierno Corporativo se fundamenta en los siguientes pilares:

- Revisión y cumplimiento del conjunto de políticas globales del Grupo
- Establecimiento del marco general de aprobaciones del Grupo y establecimiento de una política de “cuatro ojos” para validaciones.
- Formación, tanto de los perfiles profesionales identificados con mayor exposición al riesgo como del resto de empleados
- Gestión global de riesgos corporativos
- Creación de canales de comunicación internos que aseguren la integridad del programa de cumplimiento

En los ejercicios 2020 y 2021 no se han realizado auditorías de *compliance* dentro del ámbito de alcance de este EINF.

Tercer nivel - Auditoría Interna. La Auditoría Interna del Grupo presta servicios independientes y objetivos de control y asesoramiento destinados a aportar valor y mejorar las operaciones de Dufry. Esta función aplica un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la efectividad de los procesos de gobierno, gestión de riesgos y control, incluida la posible comisión de fraude y cómo la organización gestiona el riesgo de fraude.

La Auditoría Interna del Grupo abarca todas las filiales. Los principales riesgos identificados en el transcurso de las actividades de auditoría interna se comunican a la Alta Dirección y a la Comisión de Auditoría del Consejo de Administración, y su estado se actualiza periódicamente hasta su resolución o aceptación por parte de los órganos de gobierno.



4. Lucha contra la corrupción y el soborno

Corrupción, soborno y competencia: la corrupción es un fenómeno mundial que se considera la causa de muchos impactos negativos en los ámbitos económicos, sociales y ambientales. Desde una perspectiva empresarial, la corrupción distorsiona el funcionamiento del mercado y socava las instituciones de gobierno y, en general, el estado de derecho.

El tema de la corrupción es de gran importancia para Dufry, ya que el Grupo desarrolla sus operaciones en países con niveles elevados de corrupción y participa en muchos procesos de contratación pública para presentar ofertas cada año por aeropuertos, puertos y otras concesiones en todo el mundo.

Dufry prohíbe el soborno y la corrupción en todo momento y en cualquier forma. Creemos que, para seguir siendo un líder empresarial sólido, todos los negocios deben realizarse de manera ética y en total conformidad con todas las leyes, normas y regulaciones aplicables. Dufry requiere que todos sus empleados, gerentes y ejecutivos se comporten en todo momento con honestidad, ética y dentro de los límites de la ley aplicable y en pleno cumplimiento del Código Ético de Dufry, así como su Política de Sostenibilidad e Integridad en las transacciones comerciales. Donde existan leyes, reglas o costumbres que sean diferentes de los principios establecidos en esta Política, los gerentes, ejecutivos y empleados de Dufry están obligados a cumplir lo que establezca el estándar más alto a este respecto.

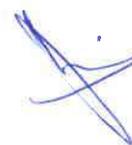
El Código Ético de Dufry abarca, entre otros:

- la prohibición de cualquier tipo de soborno
- los procesos de verificación a la hora de trabajar con proveedores externos y los requisitos para poder contratar con ellos
- las normas que regulan contribuciones caritativas y los patrocinios
- la política de aceptación de regalos y gastos de hospitalidad y entretenimiento
- regulación de pagos de facilitación para minimizar el riesgo de corrupción
- mecanismos internos y externos de aviso y denuncia
- medidas sancionadoras

Además del Código Ético del Grupo, existe un código ético para la operación española de Dufry – a través de World Duty Free Group, S.A.U. – que es complementario al primero y que trata, entre otras materias, la relación de la Sociedad con los empleados y terceras partes (clientes, proveedores, autoridades, etc.), la transparencia en las transacciones comerciales, la conducta empresarial y su gestión interna, así como la presentación de informes.

Todo empleado tiene la obligación de familiarizarse con este Código y acatarlo. En este sentido, los empleados suscriben un documento de aceptación al inicio de su actividad profesional y en el momento de presentación de este Código, que será conservado en el archivo personal del empleado. Dufry también lleva a cabo acciones de formación tanto para empleados como gerentes de manera continua. Estas sesiones de formación reflejan las actualizaciones periódicamente realizadas del Código de Ética, Sostenibilidad e Integridad en la Política de Transacciones Comerciales.

Ambos códigos éticos, el Global de Dufry y el Código Ético de España, al igual que las políticas y procedimientos, están disponibles para todos los empleados a través de la intranet del Grupo y de repositorios electrónicos para el personal de España. Asimismo, el Grupo organiza campañas de comunicación y sesiones formativas periódicas coincidiendo con la actualización de los mismos.



La dirección de Dufry aplica un enfoque de tolerancia cero a la corrupción tanto activa como pasiva y busca minimizar las circunstancias en las cuales la corrupción podría ocurrir en sus actividades y operaciones de desarrollo de negocios globales.

Asimismo, como consecuencia de las modificaciones del Código Penal español en 2010 y más tarde en 2015, World Duty Free Group, S.A.U. ha implantando un Plan de Prevención de Delitos para prevenir actividades, entre otras, como el soborno, la corrupción o el blanqueo de capitales.

Por último, a principios del año 2020, la matriz de World Duty Free Group, S.A.U., Dufry, suscribió como firmante los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, entre los que destaca el compromiso para la lucha contra la corrupción (Principio 10, «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno»). El Grupo presentó en marzo de 2022 el correspondiente Informe de Evolución siguiendo las pautas establecidas por Naciones Unidas para su preparación. El informe está disponible en la página web de Dufry www.dufry.com.

Medidas contra el blanqueo de capitales

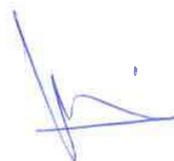
Dada la naturaleza del negocio de la Sociedad, la misma tiene baja exposición a este riesgo y no es un aspecto material. La Sociedad cumple con lo dispuesto en el artículo 7 de la ley 7/2012 de 29 de octubre de modificación de la normativa tributaria y presupuestaria y de adecuación de la normativa financiera para la intensificación de las actuaciones en la prevención y lucha contra el fraude. Dicha ley contiene una serie de medidas dirigidas a la prevención y lucha contra el fraude fiscal, entre las que se incluye la limitación de los pagos en metálico, normativa que aplicamos todas las tiendas de la operativa de la Sociedad.

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

En 2021 World Duty Free Group, S.A.U. empleó un total de 28.798 euros (30.302 euros en 2020) en representación de sus intereses a través de asesores y asociaciones del sector, entre las que se incluyen:

- ASCOM – Asociación española de compliance (900)
- ISACA - Information Systems Audit and Control Association (71)
- ETRC - European Travel Retail Confederation (3.375)
- AECOC – Asociación de fabricantes y distribuidores (1.525)
- ANGED – Asociación Nacional Grandes Empresas de la Distribución (22.927)

También durante 2021, World Duty Free Group, S.A.U. contribuyó con 10.000 euros (17.892 en 2020) en forma de donaciones directas a la organización sin ánimo de lucro “Fundación Aladina”. Más detalle está disponible en la sección de Compromiso Social de este informe.



5. Política Medioambiental

Materias primas

Como pura empresa de distribución, Dufry y todas las empresas del Grupo, entre las que se incluye la Sociedad, no tiene plantas de producción. Sin embargo, consume materiales en varias partes de su cadena de suministro, desde materiales utilizados para construir tiendas, cajas y pallets utilizados para el transporte de productos, hasta suministros de oficina y bolsas de transporte que se entregan a los clientes con cada venta.

Dufry está comprometido a aplicar el principio de precaución en aquellas actividades que puedan suponer un impacto medio ambiental negativo, así como a promover iniciativas que respeten el equilibrio medio ambiental, y tiene como ambición que el medio ambiente sea una preocupación colectiva que implique tanto a directivos, como a empleados. En este sentido, y especialmente en el área de desarrollo de tiendas, Dufry y sus filiales buscan soluciones innovadoras que consuman menos energía contribuyendo de esta forma a la lucha contra el cambio climático y salvaguardando la biodiversidad.

Reducción de las emisiones de CO₂. Compromiso de reducción.

Para evaluar y comprender mejor el impacto medioambiental de la actividad de Dufry en lo que respecta al consumo de recursos y a las emisiones, hemos identificado cinco áreas diferentes de nuestro negocio que permiten a la Sociedad hacer un seguimiento y, en una segunda fase, aplicar las medidas y los objetivos necesarios para minimizar el impacto.

Se trata de la producción por parte de terceros de los productos vendidos en nuestras tiendas (cadena de suministro), el transporte de mercancías, los almacenes, las tiendas y el entorno de las oficinas.

Con respecto a los tipos de recursos utilizados y la información recogida, el consumo de electricidad y combustible son los aspectos más materiales de nuestra huella; el consumo de agua es marginal y se limita al uso normal de nuestros empleados y a los servicios de limpieza dentro de nuestras instalaciones.

Durante 2021, Dufry ha aumentado significativamente el alcance de la recopilación de datos, cubriendo el 90% del total del espacio de venta a nivel global y se ha estimado las categorías más importantes de emisiones de alcance 3. Esto ha permitido al Grupo definir su estrategia reducción de emisiones, estableciendo objetivos de emisiones siguiendo los criterios de establecidos por el SBTi (Science Based Target initiative).

Tiendas

La mayor parte del consumo de energía eléctrica de la actividad de Dufry se produce en el entorno de las tiendas. La iluminación, la refrigeración y la climatización de las más de 2.300 tiendas son las que más contribuyen al consumo energético del Grupo y, en consecuencia, a la huella de CO₂ del Grupo. Sin embargo, la influencia directa de Dufry en estos aspectos es limitada debido a la naturaleza de nuestro negocio. Las tiendas de Dufry están ubicadas en su mayoría en locales propiedad de terceros y en entornos altamente regulados, donde Dufry tiene poca o ninguna opción a la hora de seleccionar las fuentes de energía.

Sobre la base de las facturas de servicios emitidas por los propietarios de las infraestructuras para el año 2021, hemos identificado las emisiones y el consumo de recursos para las operaciones que cubren más del 90% del espacio total de venta. Al alcanzar un porcentaje tan elevado, hemos podido extrapolar la información y estimar las emisiones del total nuestra superficie comercial.

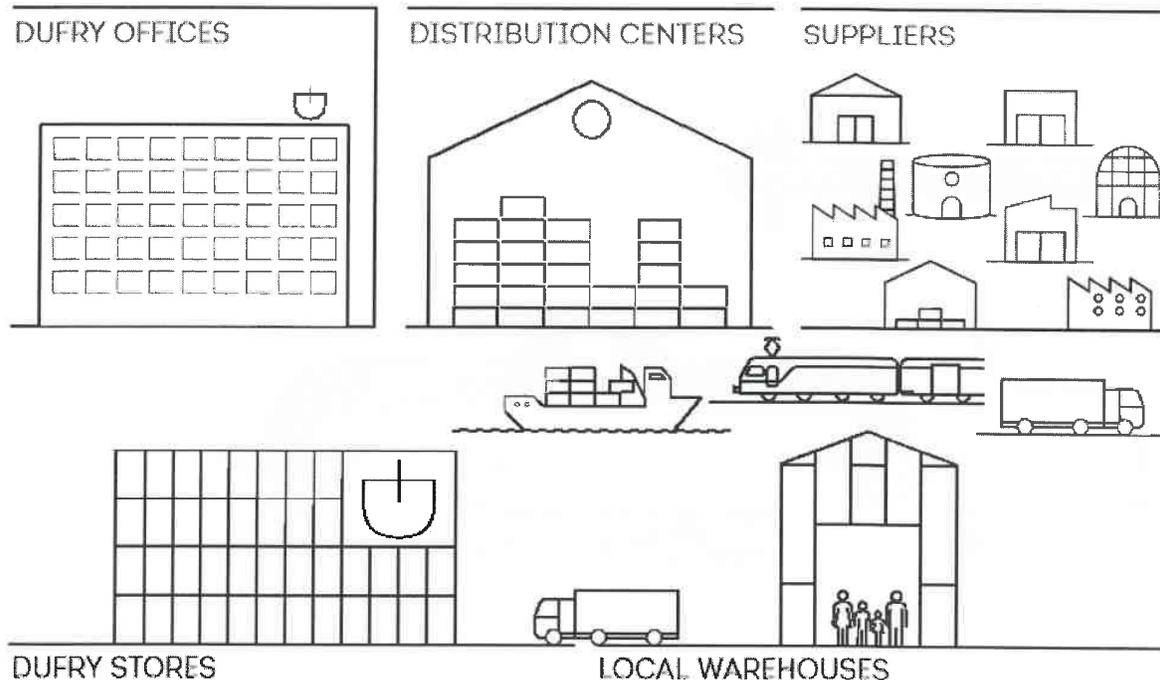
Centros de distribución y almacenes

El segundo factor que más contribuye a la huella medioambiental de Dufry a nivel global es el transporte de mercancías. Dufry opera tres centros de distribución en Uruguay, Suiza y Hong Kong, que operan almacenes adicionales en Hong Kong, Runnymede (Reino Unido), Barcelona (España) y Miami (Estados Unidos), para proporcionar el envío oportuno de mercancías a las operaciones del Grupo. Estos centros logísticos reciben los principales envíos de los proveedores y distribuyen los productos a nuestras operaciones. Siempre que es posible, la carga se transporta por mar y nuestro objetivo es seleccionar sistemáticamente el medio de transporte más eficiente en términos de emisiones. Además, la gran mayoría de nuestros socios logísticos de larga distancia están acreditados por la ISO 14001 y/o cuentan con sólidos procedimientos de gestión medioambiental.

Además, Dufry cuenta con más de 25 almacenes locales, que redistribuyen las mercancías recibidas de los almacenes centrales a las operaciones. Éstos se encuentran donde Dufry tiene varias operaciones importantes dentro del mismo país en términos de volúmenes transportados (como el Almacén Regional de Madrid en España). En general, la distribución a las tiendas individuales se realiza por carretera. Estos transportes por carretera se subcontratan en su mayoría a socios nacionales e internacionales especializados, algunos de los cuales han aplicado sus propias estrategias medioambientales. Sólo una mínima parte del transporte del Grupo -sobre todo en el Reino Unido- se realiza con una flota de transporte gestionada por Dufry. Gracias a la alta eficiencia de nuestra cadena logística, nos aseguramos de que el impacto medioambiental del transporte de mercancías se mantenga al mínimo.

La gran mayoría de los envíos de mercancías desde las instalaciones del proveedor hasta los centros de distribución de Dufry se excluye de la evaluación de emisiones de Dufry, ya que estas emisiones son responsabilidad de los proveedores. Como parte de sus propios objetivos de reducción de emisiones, Dufry se compromete con los proveedores para discutir y fomentar las oportunidades de reducción de la huella de la huella de carbono.

TRANSPORTATION CYCLE & EMISSIONS MAPPING



Oficinas

Además de las tiendas y los almacenes, Dufry cuenta con oficinas en diversas operaciones en todo el mundo. Las principales son las oficinas de la sede central del Grupo en Basilea (CH), Bedford Lakes en Feltham (UK), East Rutherford (US), Miami (US), y Río de Janeiro (BR) y Madrid (ESP), siendo estas últimas las oficinas centrales de la Sociedad. En estas instalaciones, el consumo de energía está relacionado principalmente con la iluminación y la calefacción. En las oficinas de Dufry se han aplicado varias medidas individuales, como el apagado automático de los sistemas de iluminación y calefacción, los activadores de detectores de presencia y las campañas de concienciación del personal, para reducir el consumo de los servicios.

Además, aconsejamos a nuestros empleados que se cuestionen la necesidad de cualquier desplazamiento y consideren la posibilidad de utilizar alternativas a los viajes, como los sistemas de reuniones virtuales (videoconferencias, teleconferencias, reuniones en directo por ordenador, etc.). En este sentido, la implantación generalizada de herramientas tales como *Microsoft Teams* han contribuido a reducir la necesidad de viajar de nuestros empleados en general.

Objetivos de reducción de emisiones fijados conforme a los criterios de SBTi

Durante 2021, Dufry ha definido a nivel global objetivos reducción basados en criterios ciencia, tal y como establece el organismo Science Based Targets initiative, SBTi, reconociendo así el papel crucial que la comunidad empresarial puede desempeñar para minimizar el riesgo del cambio climático. La definición de estos objetivos, a la presentación de este EINF, están pendientes de presentación y validación por parte de SBTi.

Los objetivos basados en los criterios establecidos por SBTi son objetivos de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero que se encuentran en consonancia con el nivel de descarbonización necesario para cumplir los objetivos del Acuerdo de París: limitar el calentamiento global muy por debajo de los 2 °C respecto a los niveles preindustriales y proseguir los esfuerzos para limitar el calentamiento global a 1,5 °C.

Como parte de su Estrategia Climática, Dufry ha establecido dos conjuntos de objetivos de reducción de emisiones, basados en un análisis exhaustivo de su modelo de negocio y perfil de emisiones encargado a un consultor externo. Dufry ha establecido una estrategia de reducción de emisiones para las emisiones de Alcance 1 y 2 que sigue la senda de 1,5°C de SBTi. Además, Dufry quiere lograr la neutralidad climática de sus propias operaciones (emisiones de alcance 1 y 2) para 2025. Dufry eliminará las emisiones de alcance 1 y 2 mediante la reducción del consumo, el uso de electricidad verde y la compensación de las emisiones inevitables con iniciativas de compensación de carbono que se definirán en un futuro próximo.

En cuanto a las emisiones de Alcance 3, Dufry sigue la senda del calentamiento global muy por debajo de los 2 °C con dos objetivos distintos. A través de programas con proveedores, Dufry se comprometerá a garantizar que, para 2027, los proveedores que representen el 50% de nuestro presupuesto de compras tengan objetivos de reducción de emisiones validados por SBTi. Al mismo tiempo, a través de la colaboración con sus proveedores Dufry reducirá la huella de carbono de la logística en un 28% para 2030. Ambas iniciativas combinadas servirán para reducir nuestra huella de carbono de Alcance 3 en consonancia con los criterios de SBTi.

Los objetivos SBTi de la Sociedad están planteados de manera Global para el Grupo y no se han establecido, por ahora, objetivos parciales por operaciones.

Colaboración con los gestores aeroportuarios: según la asociación Airport Carbon Accreditation (airportcarbonaccreditation.org), la industria aeroportuaria representa aproximadamente el 5% de las emisiones totales de carbono del sector del transporte aéreo. Airport Carbon Accreditation establece 6 niveles de acreditación (mapeo, reducción, optimización, neutralidad, transformación y transición), dependiendo de

los esfuerzos realizados por los aeropuertos en la reducción de las emisiones de carbono. Para alcanzar la acreditación de optimización, los aeropuertos deben coordinarse activamente con las diferentes empresas que prestan sus servicios en el aeropuerto (handling, operadores de restauración, comerciantes, etc.) ya que necesitan una evaluación de la huella de carbono más extensa para incluir emisiones de alcance 3 y la formulación de un plan de acción y reducción de emisiones más amplio que involucre también a los operadores aeroportuarios. En muchos casos, esto involucra a Dufry, ya que somos el operador de las tiendas del aeropuerto.

En 2021, según la información de antecedentes de la Acreditación de carbono del aeropuerto, 67 de estos aeropuertos, incluidos algunos centros aeroportuarios destacados, han alcanzado el nivel de optimización y 72 aeropuertos, obtuvieron la acreditación de neutralidad de carbono o acreditaciones superiores (las tres requieren medidas compensación de las emisiones de CO₂).

Teniendo en cuenta a ambos grupos, optimización y neutralidad de carbono, Dufry a nivel global opera tiendas en 50 de los 139 aeropuertos, incluidos Zúrich, Londres Heathrow, Londres Gatwick, Abijan, Dallas Fort Worth, Estocolmo y el aeropuerto Queen Alia en Amman, Jordania.

En el ámbito español, 8 aeropuertos han sido acreditados por esta organización a 31 de diciembre de 2021. Estos aeropuertos son: Menorca, Santiago y Alicante-Elche al nivel 1 (Mapeo), Lanzarote, Málaga y Palma de Mallorca a nivel 2 (Reducción), Barcelona y Madrid a nivel 3 (Optimización). En marzo de 2021, el operador de los aeropuertos españoles publicó su plan de sostenibilidad, en el cual manifestó el objetivo de alcanzar la neutralidad de su empresa en 2026 y disponer de la acreditación de nivel 3 (Neutralidad) o superior para sus principales aeropuertos.

Cambio climático

No es posible determinar si los cambios motivados por el cambio climático que estén por introducirse en las normativas existentes podrían acarrear cambios en nuestro modelo de negocio que conlleven costes significativos.

La creación de algún tipo de regulación global en torno al tráfico aéreo que pudiese afectar impactar negativamente la evolución esperada del tráfico aéreo internacional (con tasas de crecimiento anual esperadas de 4 a 5% hasta 2035) es a día de hoy un escenario bastante improbable ya que dicha regulación debería ir precedida de restricciones individuales por países.

Por otra parte, el desarrollo de requisitos regulatorios más estrictos debido al cambio climático, que penalizasen a unos aeropuertos sobre otros, podrían ser una oportunidad para algunas de nuestras operaciones. Como mencionábamos anteriormente, Dufry opera en 50 de los 139 aeropuertos con acreditación de optimización o impacto neutro en cuanto a emisiones de CO₂ y en España los principales aeródromos están tomando medidas para reducir sus emisiones.

Apoyo al Grupo de trabajo sobre el clima de ACI Europa

Para alinear su estrategia e iniciativas internas en materia medioambiental con los esfuerzos emprendidos por la industria aeroportuaria, Dufry forma parte de Grupo de trabajo sobre el clima de ACI Europa creado en 2019 y participa activamente en el desarrollo de estrategias, objetivos e iniciativas relacionadas.

Firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas

Como se indicaba anteriormente, Dufry confirmó su adhesión como miembro firmante al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, adoptando los compromisos en materia de Medio Ambiente que dicha adhesión conlleva. Entre otras, la adopción del principio de precaución medioambiental y la promoción de prácticas medioambientalmente responsables.



Residuos y Reciclaje. Economía circular

Evitar cualquier desperdicio, en primer lugar, o reciclarlo, si ocurre, es una manera efectiva de ahorrar recursos valiosos. En el Centro de Distribución Europeo, el material de embalaje, que consiste principalmente en cartón, papel, película plástica, madera, así como también consumibles electrónicos y plásticos como lámparas de neón y PET, se clasifican en diferentes contenedores y se envían para su reciclaje.

En las tiendas, los residuos producidos por nuestras operaciones son principalmente material de embalaje que se maneja a través del sistema de eliminación de residuos del operador aeroportuario y se recicla en consecuencia cuando es posible. Dufry colabora activamente con los equipos de sostenibilidad del aeropuerto cuando sea posible, como es el caso en el aeropuerto de Londres Heathrow, para contribuir y mejorar aún más los sistemas de reciclaje y / o reducir el consumo de energía. En el caso de los aeropuertos españoles, y siguiendo recomendaciones de Ecoembes para reducir el consumo de materiales, se ha procedido a reemplazar los *roll containers* empleados para desplazar producto de los almacenes a las tiendas – que contaban con una base metálica y dos laterales metálicos que necesitaban retractilado plástico para el desplazamiento seguro de mercancía – por nuevos modelos que incluyen cierres por los cuatro lados y por la parte superior. Esta medida está ya permitiendo reducir drásticamente el consumo del film plástico necesario para el retractilado.

La reducción en el consumo de bolsas de la compra es otra área en la que Dufry está buscando soluciones sostenibles al reemplazar las bolsas de plástico tradicionales con bolsas reutilizables. Asimismo, aconseja a su personal a que pregunte a los clientes si necesitan una bolsa y ha aumentado el surtido de bolsas a varios tamaños para ajustar las mismas al tamaño de los productos comprados, reduciendo así la cantidad de residuos plásticos. Como resultado, hemos observado una disminución en el número de bolsas utilizadas por transacción en nuestras operaciones principales en los últimos años. Investigar alternativas para reducir la cantidad de bolsas y el impacto de cada bolsa individual es, sin embargo, un objetivo de mejora continua para Dufry.

En cumplimiento con el Real Decreto 293/2018, de 18 de mayo, sobre reducción del consumo de bolsas de plástico, que establece la prohibición de entregar de forma gratuita a los consumidores en los puntos de venta desde el 1 de julio de 2018, la Sociedad comenzó a cobrar las bolsas a sus clientes. Durante 2021, la Sociedad distribuyó entre sus clientes – con destinos nacionales, Islas Canarias, UE y terceros países – un total de 2.282.068 de bolsas de plástico (1.343.988 en 2020). Se estima que para la producción de ese número de bolsas fueron necesarios unos 39.411,39 kilogramos de plástico (23.210,72 Kg. en 2020). Si bien las bolsas que Dufry distribuye entre sus clientes está hechas en una gran proporción a partir de plástico reciclado. En 2020, Dufry puso en marcha un plan global para sustituir las bolsas de plástico por otras de materiales más sostenibles, así como la consiguiente campaña de comunicación para concienciar sobre el consumo responsable de las mismas. Esta iniciativa ya se ha puesto en marcha en 15 países donde opera Dufry.

Con respecto a los cartones y pallets utilizados para transportar y proteger productos, Dufry garantiza que estos se reutilicen tanto como sea posible y, por lo tanto, también se reduce el consumo de nuevos recursos.

Tanto en España como en otras localizaciones, el proceso de reciclaje se subcontrata a proveedores de servicios especializados – Ecoembes en España.

Por último, en las oficinas, la reducción del consumo de papel es uno de nuestros desafíos actuales. Dufry ha implementado iniciativas locales para reducir el consumo de papel y otros materiales de oficina, incluidos consejos para reducir la cantidad de papel utilizado, como la impresión a doble cara, evitando la impresión del texto legal en la parte inferior de los correos electrónicos y alentando a las personas a imprimir cuando sea necesario. La adopción de soluciones de TI, como *Dufry Connect* o *Beekeeper*, que se están extendiendo al



personal en todas las ubicaciones, también está ayudando a reducir la cantidad de papel utilizado en el trabajo diario de nuestro personal.

En las oficinas de la Sociedad en España – tanto oficinas centrales como despachos habilitados en algunos aeropuertos – se generan residuos por las cocinas y por el uso general de oficina. Los residuos resultan difíciles de medir, ya que en algunos casos no disponemos de los medios para reportar parte de los residuos. Se han puesto en marcha no obstante medidas orientadas a conseguir una reducción en la generación de residuos y al reciclado, entre las que se incluyen:

- Instalación de infraestructuras que faciliten y fomenten el reciclado, como la separación de los residuos
- Introducción de envases reciclables (de origen vegetal, PET y loza) encaminados a reducir el consumo de vasos desechables
- Uso de vasos de papel en máquinas dispensadoras de café y bebidas calientes
- Concienciación de los empleados para reducir los residuos

Protección de la biodiversidad

Nos comprometemos a mitigar el posible impacto en la biodiversidad, si bien nuestra actividad directa no genera riesgos en áreas protegidas.

Consumo de energía

La electricidad es la principal fuente de energía que utilizamos en nuestras operaciones y representa también la principal fuente de nuestra huella de carbono.

Información cuantitativa en materia de sostenibilidad ambiental

Consumo de energía ¹	2020	2021
Electricidad	132.454,69 GJ	65.107,25 GJ
Gasóleo	172,98 GJ	143,35 GJ
TOTAL	132.627,67 GJ	65.250,60 GJ

Consumo de agua ¹	2020	2021
Agua	5.815,3 m ³	8.624,0 m ³

Emisiones de gases de efecto invernadero ²	2020	2021
Total emisiones Alcance 1	11,7511 t CO ₂ eq	9,85576 t CO ₂ eq
Total emisiones Alcance 2	8.138,8061 t CO ₂ eq	4.195,80027 t CO ₂ eq
Total emisiones Alcance 3	N/D	N/D

En su mayor parte, nuestras tiendas están ubicadas en instalaciones y edificios como aeropuertos o puertos marítimos, barcos, estaciones de tren y centros turísticos, que son propiedad de terceros. Por lo tanto, una gran parte de los consumos, como el suministro de energía o agua, no pueden ser directamente modificados o influenciados por Dufry, ya que estos factores están predeterminados por la propiedad del edificio. La mayor influencia en la eficiencia energética se puede tomar cuando Dufry está diseñando o rediseñando tiendas. Como espacios públicos, los aeropuertos tienen que proporcionar instalaciones bien iluminadas y, naturalmente, esto es una parte sustancial de su consumo de energía. Por lo tanto, el enfoque principal es

¹ Elaborado a partir de los datos de facturación. Más información sobre el método de cálculo disponible en el Anexo

² Factores de conversión obtenidos de la herramienta de cálculo de huella de carbono del Ministerio para la Transición Ecológica.

sustituir la iluminación tradicional por sistemas de iluminación más eficientes energéticamente (por ejemplo, LED) en pantallas de techo y muebles, y en el uso de dispositivos electrónicos con calificación A (por ejemplo, aire acondicionado o refrigeradores) en nuestras tiendas, lo que resulta en una caída significativa en el consumo de energía (y las emisiones de CO₂ asociadas). El mismo concepto de uso de las últimas tecnologías de eficiencia energética también se aplica a la sede del Grupo en Basilea y principales oficinas – entre las que se incluye la oficina de la Sociedad, en Madrid – y los centros de operaciones regionales. A este respecto, algunas de las medidas adoptadas para reducir el consumo energético incluyen:

- Sustitución de bombillas incandescentes por LED
- Aprovechamiento de la luz natural
- Interruptores conectados a sistemas de control de detección del movimiento
- Apagado automático de las luces a determinadas horas
- Apagado de los ordenadores al concluir el horario laboral
- Adaptación de la temperatura

Recientemente el Grupo ha desarrollado a nivel global una serie de líneas de actuación encaminadas a reducir el impacto medioambiental de nuestras operaciones, con especial atención a la construcción y remodelación de tiendas. Dichas directrices se pueden consultar en este [enlace](#).

Durante el ejercicio 2021, al igual que en 2020, no se han registrado multas o sanciones significativas derivadas del incumplimiento de las leyes o normativas en materia de medio ambiente.



6. Personal

6.1. Empleo: en España, los empleados de World Duty Free Group, S.A.U. suman un total de 1.609 personas (medidos en *headcounts*).

El impacto de la pandemia provocada por el Covid-19 – con las correspondientes restricciones impuestas a la movilidad de las personas en los años 2020 y 2021 - ha afectado notablemente la actividad comercial de la Sociedad. La Sociedad continuó acogándose al Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) Covid promulgado por el gobierno, así como a sus sucesivas prórrogas, lo cual ha permitido adecuar la plantilla que era necesaria de acuerdo con el volumen la actividad en cada uno de los centros.

La cifra de empleados de 2021 refleja la resolución del Expediente de Regulación de Empleo (ERE) para el personal de oficinas de la Sociedad, acordado con la representación de los trabajadores en noviembre de 2020. Dicho ERE afectó a un total de 75 trabajadores de la Sociedad y su implementación tuvo lugar en los primeros meses de 2021.

En las siguientes tablas desagregamos los datos de empleados de la Sociedad por sexo, edad, duración de contrato, tipo de contratación y posición. Para este último, se han establecido tres categorías profesionales en la preparación del EINF:

- Categoría A – Directivos y cargos ejecutivos
- Categoría B – Mandos intermedios
- Categoría C – Plantilla

A efectos de contabilización, los datos que a continuación se desglosan, reflejan el número de empleados a 31 de diciembre. Las cifras incluyen los contratos de personal en ERTE en dicha fecha.

Distribución de empleados (Acumulados a 31 diciembre)

Acumulados a 31/12	Género		Edad			Categoría Profesional			País
	Hombres	Mujeres	< 30	30 a 50	> 50	CAT A	CAT B	CAT C	España
2020	800	1.555	241	1.520	594	165	253	1.937	100%
2021	542	1.067	72	1.088	449	130	142	1.337	100%

Contrataciones y temporalidad: nótese que el tráfico de muchos de los aeropuertos españoles donde operamos está marcado por un patrón estacional. De esta manera, el tráfico recibido durante temporada alta – periodo comprendido entre abril y octubre – concentra el 80% del tráfico total, lo cual requiere adecuar la plantilla a esa circunstancia (se producen numerosas contrataciones para ese periodo del año). Esas contrataciones incluyen empleos temporales, pero también un elevado número de “fijos discontinuos”: empleados que año tras año son contratados pero que prestan su servicio durante un espacio de tiempo limitado. La información a continuación hace referencia a plantillas medias, tal cual exige los requisitos de la ley en la preparación del EINF.

Por tipo de contrato – 2021

Promedio 2021 <i>Género</i>	Indefinido			Temporal			Total
	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	
Hombres	207	6	213	15	1	16	229
Mujeres	326	36	362	12	4	16	378
Total Promedio	533	42	575	27	5	32	607
Total a 31/12	1.327	121	1.448	142	19	161	1.609

Promedio 2021 <i>Edad</i>	Indefinido			Temporal			Total
	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	
< 30	10	1	11	7	2	9	20
30 a 50	352	26	378	17	2	19	397
> 50	171	15	186	3	1	4	190
Total general	533	42	575	27	5	32	607
Total a 31/12	1.327	121	1.448	142	19	161	1.609

Promedio 2021 <i>Categoría Prof.</i>	Indefinido			Temporal			Total
	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	
CATEGORIA A	118	1	119	-	-	-	119
CATEGORIA B	102	1	103	-	-	-	103
CATEGORIA C	313	40	353	27	5	32	385
Total Promedio	533	42	575	27	5	32	607
Total a 31/12	1.327	121	1.448	142	19	161	1.609

Por tipo de contrato – 2020

Promedio 2020 <i>Género</i>	Indefinido			Temporal			Total
	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	
Hombres	230	4	234	42	3	45	279
Mujeres	378	31	409	55	8	63	472
Total Promedio	608	35	643	97	11	108	751
Total a 31/12	1.474	117	1.591	285	63	348	1.939

Promedio 2020 Edad	Indefinido			Temporal			Total
	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	
< 30	13	1	14	27	5	32	46
30 a 50	409	20	429	56	5	61	490
> 50	186	14	200	14	1	15	215
Total general	608	35	643	97	11	108	751
Total a 31/12	1.474	117	1.591	285	63	348	1.939

Promedio 2020 Categoría Prof.	Indefinido			Temporal			Total
	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	Tiempo Completo	Tiempo Parcial	Subtotal	
CATEGORIA A	119	-	119	-	-	-	119
CATEGORIA B	137	-	137	1	-	1	138
CATEGORIA C	352	35	387	96	11	107	494
Total Promedio	608	35	643	97	11	108	751
Total a 31/12	1.474	117	1.591	285	63	348	1.939

Despidos

	Género		Edad			Categoría Profesional		
	Hombres	Mujeres	< 30	30 a 50	> 50	CAT A	CAT B	CAT C
2020	11	10	-	10	11	12	3	6
2021	37	63	2	92	6	14	48	38

Como se mencionaba anteriormente, la Sociedad llevó a cabo un Expediente de Regulación de Empleo que afectó a 75 personas acordado en noviembre de 2020. El efecto de este ERE se ve reflejado en las cifras de despido de 2021 pues la salida efectiva de los empleados afectados por el ERE se produjo a lo largo de 2021.

Consejeros por tipos

Por tipología	Consejo Admon.				Comisiones						
	2020		2021		Delegada		Auditoría		Nombr. y Retribución		
				2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Ejecutivos	3	100%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0%
Dominicales	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0%
Independientes	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0%
Otros Externos	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0%
Mujeres	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0%
Por edad	2020		2021								
<30 años	0	0%	0	0%							
30-50 años	1	33%	1	33%							
>50 años	2	67%	2	67%							
Edad media	54 años		55 años								
Por nacionalidad	2020		2021								
Española	3	100%	3	100%							
Otra	0	0%	0	0%							

Media de retribuciones por sexo, edad y clasificación profesional 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.

La Sociedad cuenta entre su personal con un volumen significativo de personal con contrato a tiempo parcial y personal eventual. Para el cálculo de la media de las retribuciones, se han tomado salarios normalizados. De esta forma, se ha extrapolado la remuneración de los contratos a tiempo parcial a tiempo completo para poder establecer una misma base de comparación. Los datos que se incluyen en la siguiente tabla corresponden al personal de la Sociedad a 31 de diciembre.

	Remuneración media (en €)		Edad			Categoría Profesional*		
	Género		< 30	30 a 50	> 50	CAT A	CAT B	CAT C
	Hombres	Mujeres						
2020	40.466	35.418	24.767	35.698	44.412	93.934	51.042	29.656
2021	37.260	28.834	20.096	30.482	36.670	89.010	40.631	23.170

A continuación, se desglosa la remuneración media de directivos y cargos ejecutivos:

	Categoría A	
	Hombres	Mujeres
2020	98,947	87,532
2021	101,152	74,843

(*) Los miembros del Consejo de la Sociedad, tanto en el ejercicio 2020 como en 2021, no perciben retribución por su posición como consejeros y únicamente reciben el salario correspondiente a su puesto.

Brecha salarial³: calculada como la diferencia de remuneración media de hombres y mujeres, por categoría profesional, es de 22,61% en 2021, frente a 12,48% en 2020.

Implantación de políticas de desconexión laboral: la conciliación de la vida familiar y laboral está integrada en nuestra cultura y se promueve en el conjunto de la organización. Dada la diversa naturaleza de los puestos de trabajo en nuestra empresa – donde una gran mayoría del personal ocupa puestos de vendedores que requieren presencia física en la tienda – aplicamos diferentes normas y políticas según dónde se desarrolle el puesto de trabajo.

A nivel de personal de oficina, aplicamos horario continental y con flexibilidad horaria. A comienzos de 2019 se puso en marcha una prueba piloto de trabajo ocasional en remoto, cuyos resultados están sirviendo para evaluar la idoneidad de implantar tal política en el medio y corto plazo. Si bien la irrupción de la pandemia amplió, por recomendaciones sanitarias, el número de empleados que *teletrabajan*, la Sociedad revisará a lo largo de los próximos meses el régimen aplicable.

No se ha adoptado formalmente ninguna política de desconexión laboral. Si bien, se respeta el derecho de los empleados a desconectar fuera del horario laboral, durante los periodos de descanso diarios y semanales, así como durante los permisos y periodos de suspensión de contrato.

Empleados con discapacidad: por la naturaleza del negocio y la dificultad que entraña la contratación de personal discapacitado cualificado, World Duty Free Group, S.A.U. ha optado por medidas alternativas reguladas por la Administración para cubrir la cuota de reserva, incluida la contratación con centros especiales

³ = (Media remuneración hombres – media remuneración mujeres) / media remuneración hombres

de empleo para cubrir el suministro de bienes necesarios para el desarrollo del negocio, así como la prestación de servicios ajenos y accesorios a la actividad normal.

Para el año 2021, la cuota de reserva de puestos de trabajo para discapacitados de World Duty Free Group, S.A.U. ascendió a 20 puestos de trabajo (10 en 2020), 6 de los cuales están cubiertos por personal contratado (7 en 2020). Para el resto, se ha optado por una combinación de las posibles medidas alternativas ofrecidas por el Real Decreto 27/2000 de Medidas Alternativas.

6.2. Organización del trabajo: nuevamente volvemos a diferenciar dos grupos dentro del personal de la Sociedad: personal de oficina y personal de tienda.

El personal de oficina a tiempo completo disfruta de una jornada laboral de 40 horas distribuida de lunes a viernes. Como indicamos anteriormente, se están evaluando medidas que ayuden a la conciliación laboral, como el teletrabajo. A lo largo de 2021, siguiendo las recomendaciones realizadas por el gobierno de España para el personal de oficina, se han ofrecido a los trabajadores medidas de flexibilidad que han permitido a los trabajadores desempeñar su jornada laboral desde casa o en las oficinas de la Sociedad.

El personal de tienda (aeropuertos) se organiza por turnos para atender las necesidades del negocio – que tiene unas determinadas horas y días obligatorios de apertura como estipulan los contratos de concesión. Esto obliga a la contratación adicional de personal y mayor diversidad de contratos para poder ajustar el personal a la demanda de la tienda.

En cumplimiento del Real Decreto-ley 8/2019, de 8 de marzo, de medidas urgentes de protección social y de lucha contra la precariedad laboral en la jornada de trabajo, en 2019 se extendió el control horario al personal fuera de convenio que, hasta dicha fecha, no estaba obligado a registrar su jornada laboral.

Absentismo: el absentismo de la Sociedad para el año 2021 se situó en 51.730 horas. Esta cifra incluye las horas perdidas por enfermedad, incapacidad temporal, permisos de maternidad y paternidad y los permisos retribuidos.

Horas absentismo	
	Total
2020	144.452
2021	51.730

Medidas destinadas a la conciliación: el personal de oficina disfruta de jornada de verano durante los meses de julio y agosto – lo cual permite arcos de entrada de 08:00 a 09:00 y de salida entre las 15:00 y 16:00, permitiendo un mayor y mejor aprovechamiento, así como la conciliación con las necesidades familiares que se producen en época estival.

Asimismo, a lo largo del resto del año, esa jornada se mantiene para los viernes.

6.3. Salud y seguridad: la seguridad en el trabajo es una prioridad y un compromiso esencial para la Sociedad, tanto en sus oficinas como en las tiendas que opera. La Sociedad vela por asegurar que todas las actividades se realicen de manera segura y adoptando todas las medidas posibles para eliminar (o al menos reducir) los riesgos para la salud, seguridad y bienestar de los empleados, clientes, contratistas, visitantes y cualquier otra persona que pueda verse afectada por nuestras operaciones. A este respecto, nótese que la gran mayoría de las operaciones de la Sociedad se encuentran ubicadas en entornos controlados y con estrictas medidas de seguridad, como son los aeropuertos.

Asimismo, la Sociedad cuenta con comités de seguridad y salud en los centros de trabajo que cuentan tanto con representantes de la Sociedad como de los órganos de representación de los trabajadores (comités de empresa). En dichos comités se abordan temas tales como el establecimiento de protocolos, el desarrollo del plan de autoprotección o la evaluación de las medidas implantadas.

La crisis sanitaria desencadenada por el Covid-19, así como las recomendaciones de salud e higiene de las autoridades, hicieron que la Sociedad acondicionase la totalidad de los lugares de trabajo, así como la formación de todo su personal en los nuevos protocolos de seguridad y salud específicos.

Nº Accidentes				Nº enfermedades profesionales			
	Hombres	Mujeres	Total		Hombres	Mujeres	Total
2020	4	2	6	2020	0	0	0
2021	10	5	15	2021	0	0	0

Índice frecuencia accidentes				Índice gravedad accidentes			
	Hombres	Mujeres	Total		Hombres	Mujeres	Total
2020	3,22	0,83	1,64	2020	0,07	0,02	0,04
2021	12,28	0,69	3,14	2021	0,17	0,01	0,06

La mayor incidencia de los accidentes laborales se da, como es lógico, entre el personal de tiendas y almacén. Los mayores riesgos a los que están expuestos los trabajadores de World Duty Free Group, S.A.U. incluyen:

- Riesgos relacionados con elementos materiales, objetos, productos y elementos constitutivos de máquinas o de vehículos
- Caídas al mismo nivel
- Incidentes con dispositivos de transporte y traslado

6.4. Relaciones sociales: la Sociedad mantiene un diálogo abierto con todos los empleados y asociaciones que lo representan. Esto contribuye a alcanzar mayor implicación del personal y aumento del sentido de pertenencia que potencia la productividad y alineación con la estrategia de la Sociedad.

Ofrecemos charlas regulares con los empleados para compartir la evolución del negocio, así como de los principales proyectos estratégicos en los que se encuentra inmersa la Sociedad, aunque durante la pandemia estas charlas se han visto sustituidas por vídeos y mensajes de la Dirección de la Sociedad vía correo corporativo.

Medir el compromiso y la satisfacción de los empleados a través de encuestas periódicas es una herramienta importante para reconocer potencial de mejoras en todo el Grupo. Las encuestas de empleados de Dufry se realizan sistemáticamente durante ciclos específicamente definidos. La ola programada para 2020 tuvo que ser retrasada por la crisis sanitaria – en la que un porcentaje importante de los empleados a nivel mundial ha visto sus contratos suspendidos. El Grupo espera poder realizar de nuevo la encuesta de compromiso y satisfacción cuando alcance niveles de actividad superiores a los actuales; si bien, no es posible establecer una fecha concreta para la misma.

Negociación colectiva

Actualmente la Sociedad tiene suscrito un Convenio Colectivo que es de aplicación a todos los centros de trabajo ubicados en España que la Sociedad posee en la actualidad o los que pudieran crearse durante su período de vigencia (1 de enero de 2017 a 31 de diciembre de 2019). Durante 2020 se iniciaron las negociaciones para la renovación del Convenio Colectivo, las cuales se vieron suspendidas por las especiales circunstancias de la pandemia. La Sociedad y la representación de los trabajadores acordaron la ultraactividad del Convenio Colectivo.

Están excluidos de dicho cuerpo normativo tanto el Consejero Delegado como los Directores y todos aquellos trabajadores integrados en el Grupo Profesional I. El convenio por tanto tiene un alcance del 91,92% del total de headcounts de la Sociedad en 2021 (92,36% en 2020).

El Convenio Colectivo se negocia con los representantes de los trabajadores y regula cuestiones de organización del trabajo, contratación, clasificación profesional, retribuciones, jornada, permisos y vacaciones, régimen disciplinario, salud laboral, formación, derechos de representación colectiva, acción social y sistemas de retribución variable.

Representación de los trabajadores

La representación de los trabajadores corresponde a los delegados de personal y a los comités de empresa elegidos en cada uno de los centros de trabajo mediante sufragio libre, personal, secreto y directo por periodos de 4 años.

En la actualidad hay constituidos 7 comités de empresa que agrupan a 83 representantes a los que hay que añadir 9 representantes unitarios en los centros de menor plantilla.

Asimismo, se ha constituido un Comité Intercentros integrado por 13 miembros que ostentan la representación de los sindicatos implantados en la Sociedad según sus resultados electorales.

Durante el año 2020 se convocaron en las oficinas centrales de Madrid las elecciones sindicales del Comité de Empresa. La celebración de estas elecciones – previstas para marzo de 2020 – tuvo que ser suspendida por las restricciones impuestas por el Estado de Alarma. Finalmente, durante el primer trimestre de 2021 se llevaron a cabo las elecciones y el nuevo Comité de Empresa, con 13 representantes, quedó constituido en marzo de 2021.

6.5. Formación y desarrollo personal: promovemos el desarrollo de nuestros empleados al respaldar una amplia gama de oportunidades internas y externas de capacitación y desarrollo. También creemos firmemente que revisar y discutir el desarrollo profesional junto con un empleado de manera individual es un aspecto importante para alcanzar una buena y fructífera relación empleador-trabajador en el medio y largo plazo.

Por lo tanto, es importante para nosotros construir un diálogo constructivo entre cada empleado y su supervisor sobre las metas, las prioridades y el desarrollo personal. Los miembros de nuestro personal reciben una revisión de desempeño anual dirigida a evaluar su trabajo e identificar un potencial de desarrollo personal adicional para los próximos pasos de su carrera.

Gestión del talento. Para garantizar la capacidad de cubrir las necesidades de gestión a largo plazo, Dufry opta por un equilibrio óptimo entre la promoción de personal interno de alto nivel y la contratación de talentos externos (por ejemplo, en nuevos países donde iniciamos operaciones o posiciones con requerimientos técnicos muy específicos con un nicho de mercado muy concreto). Dufry aplica un proceso global y sistemático para identificar talentos de alto potencial en la organización y desarrollarlos hacia roles clave en nuestro modelo de negocio: el Talent Pipeline. Creemos firmemente que la gestión del talento y la planificación de la sucesión son actividades clave para un negocio sostenible. En consecuencia, el Grupo desarrolla candidatos nuevos y existentes en el Grupo para prepararlos para ocupar cargos directivos y realizamos revisiones anuales de la calidad de nuestro flujo de talentos en dos niveles:

- El primer nivel se concentra en un número limitado de candidatos que ya tienen experiencia en gestión y que podrán asumir alguna posición de alto nivel en nuestra organización. Al final del año 2021, este grupo lo componían 38 *managers* de alto potencial. Con este grupo, abordamos y salvaguardamos la sucesión en puestos de gestión clave específicos.

- El segundo nivel se centra en nuestras tiendas. Entre el personal y los supervisores de las tiendas con mejor desempeño, hemos identificado 200 empleados a finales de año 2021, en cuyo desarrollo nos centraremos, para garantizar un flujo de sucesión de gestión de la tienda de calidad.

Formación: la capacitación de nuestro personal es un elemento crítico en nuestra estrategia a largo plazo, principalmente por dos razones. En primer lugar, permite a nuestro personal servir mejor a nuestros clientes, comprender sus necesidades y ofrecer un servicio de calidad.

En segundo lugar, el aprendizaje es una parte importante de nuestra política de retención de empleados. Ofrecemos a nuestro personal programas de capacitación relevantes que les permiten mejorar sus habilidades y desarrollo profesional.

A cualquier miembro nuevo de nuestro personal, ya sea en un entorno de las tiendas, de oficina o de almacén, se le ofrece capacitación y desarrollo estructurados que pueden abrir todo tipo de oportunidades profesionales y eso incluye:

- Inducción: todos los empleados que se unan a Dufry están invitados a asistir a una inducción del Grupo, dando una idea del negocio más amplia
- Capacitación en servicios: brindamos a los nuevos miembros de nuestro personal los conocimientos y habilidades para poder brindar un servicio excepcional a todos los pasajeros y clientes que vienen a comprar en nuestras tiendas
- Capacitación sobre productos: capacitación sobre todo tipo de productos que vendemos; esto puede ser en el aula o en línea y, a menudo, es proporcionado por las prestigiosas marcas de belleza, licores y moda que exhiben sus gamas más vendidas en nuestras tiendas
- Capacitación para el desarrollo: brindando a nuestro personal habilidades para desarrollar técnicas como dar y recibir retroalimentación, resolución de problemas y toma de decisiones hasta las habilidades de gestión que puedan requerir para futuros roles

Programas globales de aprendizaje y desarrollo

Dufry tiene una sólida cartera de Aprendizaje y Desarrollo (L&D), tanto a nivel local como global. A nivel de programas globales, el Programa Dufry Retail Champions es la piedra angular de nuestra estrategia de Aprendizaje y Desarrollo. Este programa ha sido diseñado para proporcionar a nuestros profesionales las herramientas, el conocimiento y las capacidades que necesitan para desempeñarse bien en sus trabajos y desarrollar todo su potencial en Dufry, e incluye dos subprogramas: Retail Champions para personal de tienda y Retail Champions para líderes de tiendas.

En los últimos años Dufry ha acelerado el despliegue de capacidades de formación virtual a través de diferentes plataformas:

- Dufry Connect: portal de RR.HH. de Dufry que permite establecer programas de aprendizaje personalizados para cada empleado en función de su función, cargo y profesional categoría.
- Elucidat: plataforma que simplifica la creación de campañas formación y cursos por parte de nuestros formadores, y que permite llegar al 100% de nuestra plantilla.
- Coursera: una plataforma de formación en línea para roles de gestión.

La introducción de estas plataformas, junto con el lanzamiento continuo de tabletas de ventas y herramientas de comunicación para nuestros empleados sin acceso al correo electrónico corporativo está aumentando la capacidad formativa de la Sociedad tanto en productos como en habilidades, beneficiando a un mayor número de empleados. Estas herramientas han sido fundamentales durante los períodos de confinamiento y han

permitido a nuestro personal mantener el contacto con la Sociedad y continuar actualizando sus conocimientos de cara la a reapertura gradual del negocio.

Plan de Formación 2021 – La formación continua es un elemento fundamental para World Duty Free Group, S.A.U. De manera anual, la Sociedad desarrolla su plan de formación, en el cual recoge sugerencias de los agentes sociales de la Sociedad y plantea acciones formativas ajustadas a las necesidades de los empleados, tanto de oficinas como del personal de tienda.

El Plan de Formación 2021 de World Duty Free Group, S.A.U. incluía hasta un total de 14 cursos agrupados en las siguientes áreas:

- Idiomas: principalmente inglés (con hasta 6 niveles diferentes para adaptarse a las necesidades de la plantilla) y desarrollados tanto en oficinas como en tienda. También se han ofrecido otros idiomas, como español (para el personal extranjero trabajando en la compañía) y francés.
- Formación obligatoria, que incluye entre otros los cursos de Seguridad Aeroportuaria y los Cursos de Prevención de Riesgos Laborales.
- Área de habilidades, que incluye cursos de gestión de equipos, técnicas de ventas y cursos de inducción para nuevas incorporaciones.
- Cursos de ofimática.
- Área corporativa, que entre otros incluye los programas de formación del Grupo Dufry anteriormente mencionados.
- Gestión de habilidades de liderazgo, que incluye cursos de cómo gestionar la diversidad en los equipos de trabajo, influencia, liderazgo, etc.

En total, durante 2021 se han ofrecido 8.181 horas de formación⁴:

	CAT A	CAT B	CAT C	TOTAL
2020	299	616	7.541	8 456
2021	611	705	6.865	8.181

6.6. Accesibilidad universal de las personas con discapacidad: crear un entorno accesible es un aspecto imprescindible para Dufry, tanto para promover la venta final a clientes como para atraer y retener talento en los puestos de trabajo. En el ámbito de oficinas, la Sociedad está ubicada en un edificio adaptado a los requisitos de accesibilidad. Dicho edificio, dispone de rampas de acceso y servicios adaptados y se han eliminado las barreras arquitectónicas que puedan limitar la movilidad de sus empleados. Asimismo, la Sociedad lleva a cabo acciones de accesibilidad individualizadas a cada caso, dando soluciones y herramientas que permitan a sus empleados el desempeño de su actividad.

En cuanto a la accesibilidad de las tiendas, hay que destacar dos aspectos: por una parte, el diseño en sí de las tiendas que opera Dufry, el cual se adapta para garantizar la movilidad de los clientes por las tiendas – por ejemplo, ampliando el espacio entre góndolas a más de 1,40m para tiendas de más de 400 m² y de 1,20 a tiendas de menor dimensión.

⁴ Cifra estimada en base a la asignación de los programas de formación. La Sociedad está implantando un sistema de control de la formación realizada que permitirá un registro más preciso de las horas de formación realizadas por cada uno de los empleados.

El otro aspecto está en el entorno donde operamos, principalmente aeropuertos, donde la gestión de la accesibilidad está controlada por gestor de la infraestructura. A este respecto, Dufry contribuye activamente a los esfuerzos del gestor por garantizar la accesibilidad y movilidad de los usuarios.

Por último, Dufry en España cuenta con dos páginas web orientados al cliente final. Desde www.shopdutyfree.com, los clientes de la Sociedad pueden disfrutar del servicio de reserva y recogida de productos en la tienda, mientras que en la otra página, www.red.dufry.com, los usuarios pueden entrar a formar parte del programa de fidelización de clientes de la Sociedad, Red By Dufry, así como mantenerse informado de las novedades y disfrutar de beneficios exclusivos.

Ambas webs están desarrolladas basándose en el cumplimiento de las Pautas de Accesibilidad al Contenido en la Web 2.0 establecidas por el W3C (Consortio de la World Wide Web).

A tal efecto, se han implantado algunas funcionalidades para permitir la accesibilidad a todos los contenidos de la web con mayor facilidad. Entre otros:

- Los tamaños de las fuentes se han definido con unidades relativas para que se pueda ampliar o disminuir el tamaño de la fuente desde las opciones del navegador.
- Las páginas tienen una estructura clara tanto para el usuario que puede ver todo el contenido, como para el que lee la información con un lector de pantalla.

Asimismo, las aplicaciones relacionadas con estos servicios, disponibles para sistemas operativos IOS y Android, están desarrolladas para facilitar la accesibilidad a las mismas.

El campo de accesibilidad universal, no obstante, es un área de mejora para la Sociedad en general en la que estamos implantando mejoras de manera continua.

6.7. Igualdad y diversidad: nuestra plantilla está formada por empleados de más de 144 nacionalidades de todas las funciones y divisiones. Ésta ha sido una situación constante durante muchos años y seguimos creyendo que esta amplia diversidad cultural representa una ventaja competitiva única. También lo vemos como un elemento clave en el desarrollo exitoso de nuestro Grupo y en la implementación de nuestra estrategia de crecimiento a largo plazo.

Para nuestros empleados, el Grupo representa un entorno de trabajo verdaderamente internacional con empleados de todo el mundo y oportunidades profesionales interesantes.

El personal en nuestras tiendas locales en cada país es predominantemente local. La presencia de Dufry en 66 países de todo el mundo nos convierte en un empleador importante en muchos lugares, muchos de ellos en mercados emergentes. Esto, además de aportar conocimientos sobre el funcionamiento de una empresa, contribuye al desarrollo local y la riqueza más allá de los proyectos de participación comunitaria.

Dufry fomenta una cultura de igualdad de oportunidades. Nuestra política de recursos humanos es proporcionar condiciones de empleo iguales y ofrecer oportunidades profesionales sin discriminación a todos nuestros empleados. Ofrecemos y promovemos entornos de trabajo donde todos reciben un trato igualitario, independientemente del género, color, origen étnico o nacional, discapacidad, edad, estado civil, orientación sexual o religión.

Dufry tiene el pleno compromiso de cumplir todas las leyes y reglamentos aplicables en todos los países y jurisdicciones donde trabajamos. Esto incluye, entre otras cosas, las leyes y reglamentos relativos a la salud y seguridad, mano de obra, discriminación, información privilegiada, fiscalidad, privacidad de los datos, competencia y antimonopolio, medio ambiente, ofertas públicas, y lucha contra el soborno y el blanqueo de capitales.



World Duty Free Group, S.A.U. marca su compromiso en el establecimiento y desarrollo de políticas que integren la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, sin discriminar directa o indirectamente por razón de sexo, así como en el impulso y fomento de medidas para conseguir la igualdad real en el seno de nuestra organización, estableciendo la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como un principio estratégico de nuestra Política Corporativa y de Recursos Humanos, con la implantación de un Plan de Igualdad creado conforme a las obligaciones legales establecidas en la Ley 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Tanto a nivel global como en España, el Grupo vela por crear un lugar de trabajo que garantice la igualdad de oportunidades para todos los empleados. Para alcanzar este objetivo, se realizan de manera periódica revisiones de los procesos y políticas para evitar cualquier tipo de sesgo y garantizar que nuestras ofertas de empleo sean neutras en términos de sexo. Asimismo, se vigila de cerca los procesos de remuneración para evitar cualquier desigualdad por razón de sexo.

Nombramiento del Chief Diversity & Inclusion Officer

En 2021, Dufry nombró a una Chief Diversity & Inclusion Officer (D&I), que también es miembro del Comité Ejecutivo Global (Global Executive Committee) y que depende del CEO del Grupo. En su función, la Chief D&I Officer fomentará y desarrollará la implementación en todo el Grupo de la Estrategia de Diversidad e Inclusión (D&I) de Dufry. La misión de la iniciativa D&I de Dufry es identificar, comprender y eliminar las barreras para asegurar que ofrecemos un lugar de trabajo consistente y verdaderamente diverso para todos nuestros empleados.

El alcance de la iniciativa D&I incluye las prácticas de contratación, la hoja de ruta y el desarrollo de la carrera, la planificación de la sucesión, la compensación y los beneficios, el equilibrio entre la vida laboral y personal y la cultura organizativa, así como la sensibilización de los empleados sobre temas de D&I.

El papel del Chief D&I Officer amplía el alcance de los foros de promoción de la diversidad existentes -como *women@dufry* o el *Hudson Diversity & Inclusion Taskforce*- para cubrir otros asuntos de diversidad e inclusión además de la igualdad de género.

Encuesta sobre diversidad e inclusión

En el cuarto trimestre de 2021, Dufry llevó a cabo una encuesta de D&I, que llegó a más del 70% de la plantilla de Dufry (incluido España), y que sirvió para conocer mejor la percepción de la D&I entre los empleados del Grupo. Esta valiosa información servirá a Dufry para seguir evolucionando y ser más inclusivo e igualitario para todos, identificando oportunidades y de iniciativas específicas



7. Derechos Humanos

Dufry y sus filiales respetan y promueven también los derechos humanos internacionales y esperamos de todos nuestros proveedores y socios comerciales que apoyen las normas reconocidas a nivel internacional en materia de condiciones laborales y trato digno de los empleados. Como anteriormente se mencionaba, y en conexión con la protección de los Derechos Humanos, a principios de 2020 Dufry confirmó su adhesión como firmante al Pacto Mundial de Naciones Unidas y asumió los compromisos marcados en materia laboral y de defensa de los derechos humanos.

Los derechos humanos forman parte del análisis del riesgo que lleva a cabo la Sociedad y a tal respecto se evalúa el riesgo de infringir los siguientes derechos: no discriminación, negociación colectiva, libertad de asociación, salario justo, ausencia de mano de obra infantil o trabajo forzado, y condiciones adecuadas de salud y seguridad en el trabajo. Aunque estos riesgos quedan a un nivel muy bajo en nuestro mapa de riesgos, disponemos de una serie de acciones de mitigación y supervisión para hacerles frente, tanto a nivel interno como con nuestros proveedores y socios comerciales.

Como se indicaba en la sección destinada a políticas de Dufry, el Grupo tiene un código ético de obligado cumplimiento para todos los empleados. Dicho código vela porque directivos, gerentes y empleados de Dufry respeten plenamente la salvaguarda de la integridad y el trato justo al realizar sus actividades en nombre de Dufry y que promuevan la sostenibilidad, la diversidad, el trabajo decente, los derechos humanos, las medidas contra el acoso y la no discriminación adoptadas por el Grupo Dufry.

Dufry se compromete a promover una cultura y entorno de trabajo al servicio de las políticas de derechos humanos, un compromiso que también demandamos a las empresas con las que nos relacionamos y de las que esperamos compartan y defiendan los mismos valores. Hemos establecido mecanismos para que, en caso de que cualquier empleado de la misma detecte cualquier incumplimiento en materia de Derechos Humanos o legislación, pueda notificarlo – bien a su supervisor o al departamento de recursos humanos o a través de un canal anónimo (www.dufry-compliance.com).

- Trabajo infantil y trabajo forzoso – no existe trabajo infantil o trabajo forzoso en Dufry, por lo que éste está excluido de cualquier actividad de selección de personal.
- Salario justo/remuneración justa - proporcionamos a nuestros empleados salarios justos y competitivos basados en la experiencia de cada persona, su trabajo particular dentro de nuestra organización, las condiciones del mercado, así como su desempeño.
- Libertad de asociación/negociación colectiva – Dufry reconoce el derecho de sus empleados a la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva. En España, el 95% de la plantilla está cubierto por un convenio colectivo. Asimismo, y en cumplimiento a los convenios de la Organización Internacional del Trabajo relativos a la libertad de asociación y derechos salariales, Dufry reconoce plenamente el derecho de organización y el de derecho de los sindicatos a la representación y negociación en nombre de los empleados.
- Salud y seguridad – Dufry adopta todas las medidas posibles para garantizar un entorno laboral seguro y salubre, eliminando – o al menos reduciendo – los riesgos para la seguridad, salud y bienestar de empleados, contratistas, clientes y cualquier otra persona. Como mencionamos en apartados anteriores, el entorno donde Dufry mantiene operaciones – principalmente en aeropuertos – requiere de medidas excepcionales de seguridad, por lo que Dufry se asegura que su personal de tienda esté formado en las mismas y contribuya a mantener entornos seguros.
- Tráfico de personas y trabajo de migrantes – todos los empleados de la Sociedad en España – incluidos los trabajadores migrantes – gozan de un salario y condiciones laborales justas y acordes a la legislación



nacional. A este respecto, están completamente prohibidas prácticas injustas y que vulneren los derechos fundamentales de nuestros trabajadores, tales como la retención de pasaportes o el cobro de comisiones o depósitos por el empleo. Asimismo, la Sociedad rechaza el tráfico de seres humanos.

- Discriminación – la diversidad de nuestra plantilla es uno de nuestros valores. La Sociedad está comprometida a que cada empleado disfrute de igualdad de oportunidades. Ofrecemos y promovemos entornos de trabajo donde todos reciben un trato igualitario, independientemente del género, color, origen étnico o nacional, discapacidad, edad, estado civil, orientación sexual o religión
- Infracciones y procedimiento de notificación – como mencionamos anteriormente, Dufry tiene instaurados canales para cualquier infracción que vulnere los principios establecidos en su código ético, incluida cualquier infracción de los Derechos Humanos. Bien a través de Recursos Humanos, el supervisor directo o el canal anónimo www.dufry-compliance.com, cualquier empleado puede elevar la voz en caso de detectar alguna infracción del código ético de la Sociedad.

En 2021, al igual que en 2020, no hemos recibido ninguna queja relativa a la vulneración de los Derechos Humanos.



8. Compromiso social

Durante muchos años, Dufry ha dado una importancia significativa al apoyo de causas benéficas como una forma de retribuir a la sociedad. Esto se ha hecho de varias maneras, como haciendo donaciones a organizaciones sin fines de lucro, apoyando eventos y entidades culturales o dando visibilidad a algunas iniciativas sociales o humanitarias. Y tenemos la intención de continuar dando nuestro fuerte apoyo.

Patrocinar y apoyar causas relacionadas con niños desfavorecidos, jóvenes y sus familias, junto con permitirles el acceso a la educación, ha seguido siendo la principal línea de acción en nuestras iniciativas de compromiso social. A nivel de país, se han apoyado proyectos similares y, en algunos de ellos, nuestros empleados han participado activamente en el proceso de selección de los proyectos que apoyamos, reforzando el compromiso y la motivación para colaborar con las iniciativas.

Estamos muy orgullosos de los esfuerzos realizados por nuestro personal para apoyar a las comunidades desfavorecidas y las iniciativas de caridad, incluso durante su tiempo libre. Donde y cuando sea posible, los hemos apoyado y financiado y hemos hecho que las personas y su gran trabajo sean visibles para el resto de sus compañeros de trabajo, utilizando nuestro canal de comunicación interna. Esto tiene un doble propósito: a) ayudarlos a obtener apoyo adicional y, b) es una forma de reconocerlos y agradecerles por su apoyo filantrópico.

Finalmente, también es importante mencionar el papel de nuestros clientes, quienes nos han ayudado a recaudar fondos adicionales con la compra de ciertos productos, incluyendo agua embotellada, chocolates y perfumes, en apoyo de diferentes ONG, y haciendo donaciones en las cajas, disponible en algunos de nuestros aeropuertos.

En la memoria anual de Dufry se puede encontrar información más detallada sobre las diferentes iniciativas que ha apoyado Dufry en 2021, que incluye, entre otros, un proyecto de caridad internacional en colaboración con Aldeas Infantiles SOS, uno de nuestros socios con quien más tiempo hemos colaborado.

En España, World Duty Free Group, S.A.U. colaboró con el Fondo de Necesidades Especiales de Fundación Aladina, que financia la compra de prótesis, pelucas, sillas de ruedas, audífonos, sesiones de fisioterapia, funerales y cualquier otro gasto incurrido como consecuencia de la enfermedad del niño. El apoyo durante 2021 fue especialmente necesario debido a las crecientes necesidades que surgieron como consecuencia de la pandemia. La aportación de World Duty Free Group, S.A.U. en 2021 ascendió a 10.000 euros.

Además de la relación con empresas no gubernamentales, Dufry es consciente del impacto que tiene sobre la economía de los lugares donde opera, tanto por la contratación de personal, que en su gran mayoría es local, como en la promoción de la economía local, pago de impuestos, contratación de proveedores locales, etc.

Un componente importante en la creación y en las renovaciones de nuestras tiendas es crear un fuerte sentido de pertenencia, vinculando el entorno comercial al patrimonio cultural del país, donde se encuentran. La poderosa combinación de diseños de tiendas de vanguardia con motivos locales, junto con una selección de productos que se adquieren de proveedores locales, da como resultado espacios de compras únicos que invitan a los clientes a una inmersión cultural completa en el destino.

La política de compras de producto local, por lo tanto, juega un papel importante a la hora de generar riqueza en los países que operamos. La proporción del presupuesto global de compras de cada una de las categorías que operamos destinado a producto local así lo atestigua.

- La categoría de alimentos, confitería y catering (que representa el 22% de las ventas globales de Dufry en 2021) tiene en gran medida la mayor proporción de su presupuesto de compras global gastado en proveedores locales, con aproximadamente el 80%.
- Vinos y licores (17% de las ventas globales de 2021), con el 20% de su presupuesto gastado en marcas locales y la categoría de lujo (8% de las ventas globales de 2021), con el 20% de su presupuesto gastado en proveedores locales ocupan el segundo y tercer puesto.
- Los productos de tabaco (11% de las ventas mundiales de 2021) representan el 2,5%.
- Perfume y cosméticos (31% de las ventas mundiales de 2021) gastan aproximadamente el 1,5% en proveedores locales.



9. Subcontratación y proveedores

Dufry, así como todas sus filiales – incluida la Sociedad – es consciente de su responsabilidad social más allá de sus propias actividades directas y se esfuerza por garantizar que los proveedores de bienes y servicios se comporten de manera responsable con la sociedad y el medio ambiente. Para garantizar esto, Dufry espera que los proveedores y socios comerciales cumplan con la ley, las condiciones contractuales estipuladas y las mejores prácticas internacionales con respecto a los derechos humanos, el medio ambiente, la salud y la seguridad, así como las normas laborales.

Como un paso adelante hacia el logro de una cadena de suministro más sostenible, en 2017 Dufry desarrolló su Código de Conducta de proveedores (el cual ha recibido su última actualización en 2020), con el propósito de garantizar que nuestros proveedores en todas las categorías de productos tengan establecidos estándares comerciales aceptados, según lo describe el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en relación a:

- Ética e Integridad.
- Prácticas laborales y de empleo y condiciones de trabajo.
- Política medioambiental y de sostenibilidad.
- Seguridad del producto y la seguridad.

Este código de conducta, junto con el Código de Ética de Dufry, ambos documentos disponibles en la sección de sostenibilidad de nuestro sitio web corporativo, y los informes de Gobierno corporativo y remuneración incluidos en el informe anual, demuestran cómo Dufry asume su responsabilidad con respecto a los estándares sociales, éticos y ambientales y cómo ponemos en práctica los principios del desarrollo sostenible en nuestro trabajo diario.

Supervisión y cumplimiento

Dufry cuenta con un departamento de Cumplimiento (Compliance) que se encarga, entre otros, de la actualización del Código de Conducta para Proveedores anteriormente mencionado y mantiene control de la aceptación del código por parte de los mismos. En los casos en los que el proveedor no firma nuestro código y se remite a su código de conducta, el equipo de cumplimiento revisa el mismo para valorar si cumple con los requisitos mínimos del Código de Conducta de proveedores de Dufry. Hasta la fecha no se han realizado auditorías formales para evaluar el cumplimiento de este código de conducta para proveedores al no haberse detectado indicios del no cumplimiento de los principios en él establecidos.



Página 36 de 49

10. Consumidores

Atención al cliente

Nuestra vocación del servicio al cliente va más allá del cumplimiento puro de las expectativas y solicitudes que recibimos en nuestras tiendas. Un cliente satisfecho para nosotros es un cliente que también puede confiar en nosotros cuando se trata de garantías, seguridad de datos, privacidad, seguridad de productos y otros aspectos de nuestra interacción con nuestros clientes.

Dufry es el único operador global de nuestra industria que ofrece una verdadera garantía de devolución global. No importa si el cliente compró algo en Melbourne, Bali, San Petersburgo, Barcelona, São Paulo, Las Vegas o en cualquier otra parte donde estemos presentes: si hay un problema con algún producto que compró en una tienda Dufry, este se reemplazará, reembolsará o cambiará dentro de los 60 días posteriores de la compra.

En España en 2021 se generaron 2.952 casos (frente a 1.522 casos en 2020). 2.340 de esos casos fueron consultas, 143 solicitudes y los restantes 453 casos fueron quejas y reclamaciones. El incremento de casos se ve afectado, entre otros factores, por un mayor tráfico de pasajeros, mayor número de usuarios de los servicios Red By Dufry (el programa de fidelización del Grupo) y del servicio de recogida Reserve & Collect.

Las causas de las reclamaciones son las siguientes:

- Incidencias de la App del programa de fidelización Red By Dufry, referentes fundamentalmente a la carga de puntos y Avios, pero también a la caducidad del QR, así como incidencias en el acceso o la aplicación del descuento.
- Reclamaciones por confiscación de productos líquidos al no ir debidamente precintados o por superar las franquicias máximas permitidas en productos de tabaco.
- Cobro erróneo, bien sea por confusión en el precio (nótese que en determinados productos se aplican precios diferentes en función de si el destino final del pasajero está dentro o fuera de la Unión Europea), o por no aplicación de descuento o campaña comercial por error.
- Productos defectuosos.
- Productos pagados y no recibidos.

El tiempo medio para la resolución de los casos fue inferior a los 15 días. A fin de mejorar el servicio global al cliente, se está instruyendo al personal en insistir al preguntar por el último destino y evitar así incidencias relacionadas con la confiscación de productos.

Satisfacción y seguridad del cliente

La satisfacción del cliente y la seguridad es nuestra primera prioridad. Como primer paso fundamental, nos aseguramos de que todos los productos cumplan estrictamente con la legislación aplicable y los requisitos de salud y seguridad. Los productos ofertados por Dufry en sus tiendas cumplen con los estándares de calidad y seguridad establecidos por las propias marcas (Dufry no realiza auditorías formales que determinen la calidad de los productos).

Dufry cumple con los requisitos legales en cada ubicación donde operamos y adopta un enfoque proactivo, trabajando con los gobiernos y los reguladores para aclarar cualquier inquietud.

En este contexto, Dufry, a través de la membresía activa en las principales asociaciones comerciales de la industria, ha ayudado a configurar códigos de conducta relevantes y sólidos para la industria (por ejemplo, el Código de Conducta del Reino Unido para Pasajeros Disruptivos, el Código de Conducta del Reino Unido sobre

el IVA, el Código de Conducta de la ETRC para la Venta de Alcohol, Código de Conducta de la DFWC en Venta de Alcohol).

Comunicación al cliente

En sus iniciativas de publicidad y marketing, Dufry muestra la misma postura responsable que muestra en todas sus otras actividades. Nos comprometemos a cumplir con todas las regulaciones y normas en todos nuestros anuncios y comunicaciones publicadas en los países donde operamos.

También esperamos el mismo comportamiento de nuestros proveedores al utilizar el espacio que ponemos a disposición en nuestras tiendas para publicidad y promociones.

En lo que respecta al etiquetado de productos, solicitamos a nuestros proveedores que cumplan con las regulaciones de todas las ubicaciones donde se venderá el producto.

Dado que nuestras tiendas operan en un entorno en el que brindamos servicios a muchas nacionalidades que hablan diferentes idiomas todos los días, estamos comprometidos de manera proactiva con nuestras asociaciones comerciales de la industria para encontrar soluciones con este objeto.

11. Información fiscal

La contribución tributaria de Dufry a través del cumplimiento de sus obligaciones fiscales, relacionadas tanto con los impuestos pagados directamente por las empresas del Grupo como con los recaudados de terceros pero derivados de las actividades del Grupo, forma parte de la contribución a la sostenibilidad de las finanzas públicas y el desarrollo del entorno social donde opera.

La estrategia fiscal de Dufry está destinada al cumplimiento pleno y estricto de todas las leyes y reglamentos fiscales aplicables en cada país y jurisdicción donde trabaja.

World Duty Free Group, S.A.U. reportó en el año 2021 un beneficio antes de impuestos de 232,3 millones de euros (pérdida antes de impuestos de 340,3 millones de euros en el año 2020) y un impuesto de sociedades de 18 millones de euros (0 euros en 2020). La compañía no ha pagado durante los años 2021 y 2020 cantidad alguna en concepto de impuesto de beneficios.

En lo referente a subvenciones públicas, en el ejercicio 2021 la Sociedad no recibió subvenciones. En el ejercicio 2020, World Duty Free Group, S.A.U. tenía registrados 3,9 millones correspondiente a la exoneración de Seguridad Social de la que se benefició por acogerse a un ERTE por fuerza mayor Covid-19.

En cuanto a la sucursal de Kuwait, se generó en el año 2021 una pérdida antes de impuestos de 14,8 millones de euros (1,3 millones de pérdida en el ejercicio 2020), y no registró ningún importe en concepto de impuesto de sociedades (un ingreso de 39 miles de euros en 2020). La sucursal no pagó durante el año 2021 y 2020 cantidad alguna en concepto de impuesto de sociedades. La sucursal no recibió subvención alguna en los ejercicios 2021 y 2020.



Anexo. Tabla de contenidos conforme a la Ley 11/2018

Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Ámbitos generales

Ámbitos Generales	Ámbito	Página	Marco de Reporting	Comentarios / Razón de la omisión
Modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio del grupo (entorno empresarial y organización)	2-7	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios 102-7 Tamaño de la organización 102-3 Ubicación de la sede 102-4 Ubicación de las operaciones 102-6 Mercados servidos 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	Información relativa a los indicadores 102-2, 3,6 disponibles en el informe de gestión de la Sociedad
	Presencia geográfica	2		
	Objetivos y estrategias de la organización	4-7		
	Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	4-7		
General	Mención en el informe al marco de reporting nacional, europeo o internacional utilizado para la selección de indicadores clave de resultados no financieros incluidos en cada uno de los apartados. Si la compañía da cumplimiento a la ley de información no financiera emitiendo un informe separado , debe indicarse de manera expresa que dicha información forma parte del informe de gestión	2-3	n.a.	En la elaboración del EINF de la Sociedad se han seguido las recomendaciones de reporte establecidas por el Global Reporting Initiative
	Descripción de las políticas que aplica el Grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado		103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
Enfoque de gestión				

	<p>Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados</p>		<p>103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión</p>	
	<p>Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del Grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.</p>	<p>8-10</p>	<p>102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades</p>	

Cuestiones medioambientales

<p>Gestión medioambiental</p> 	<p>Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad</p>	<p>-</p>	<p>n.a.</p>	<p>No es un aspecto material debido a la naturaleza del negocio</p>
	<p>Procedimientos de evaluación o certificación ambiental</p>	<p>-</p>	<p>n.a.</p>	<p>La Sociedad no cuenta con una certificación ambiental</p>
	<p>Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales</p>	<p>-</p>	<p>n.a.</p>	<p>Al no considerarse riesgos ambientales derivados de la actividad de la Sociedad, no se tienen en cuenta recursos humanos ni económicos para ello</p>
	<p>Aplicación del principio de precaución</p>	<p>13 & 15</p>	<p>102-11 Principio o enfoque de precaución</p>	<p>Como firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la Sociedad se</p>

					ha comprometido a la adopción del principio de precaución
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	-		n.a.	No se tiene provisiones para riesgos ambientales
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente (incluye también ruido y contaminación lumínica)	13-16		n.a.	La actividad de la Sociedad no genera ruido o contaminación lumínica que conforme un aspecto material
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	15-16		301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado Marco interno: información cualitativa sobre la cantidad de residuos generados	El cálculo de los Kg de plástico empleados con las bolsas se realiza en función a las especificaciones del fabricante: Pequeñas: 0.0078 kg/bolsa Medianas: 0.0192 Kg/bolsa Grandes: 0.031 kg/bolsa
Uso sostenible de los recursos	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	-		n.a.	No es un aspecto material debido a la naturaleza del negocio
	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	16-17		Marco interno: información cuantitativa del consumo de agua estimado a través de los datos de facturación	Elaborado a través de facturas directas y facturas del gestor de aeropuertos. Precios: medio consumo agua estimados: 1,35€/m ³ en península
	Consumo de materias primas	-		n.a.	No es un aspecto material debido a la naturaleza del negocio
	Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia del uso de agua	-		n.a.	No es un aspecto material debido a la naturaleza del negocio
	Consumo, directo e indirecto, de energía	16-17		Marco interno: información cuantitativa del consumo de energía estimado a través de los datos de facturación	El cálculo de los consumos de electricidad, agua y combustibles está realizado sobre la estimación de costes medios imputados por el gestor de infraestructuras. Dato expresado en GJ Coste medio diésel: 1,065€/l (Fuente: Ministerio Transición Ecológica)

				Coste MWh medio: 33,99€ (Fuente: OMIE: Operador del Mercado Ibérico de Energía) 1 l. diésel = 0,036 GJ 1 kWh = 0,0036 GJ
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	17	Marco interno: Información cualitativa sobre medidas para mejorar la eficiencia energética	
	Uso de energías renovables	-	n.a.	No es un aspecto sobre el que se disponga de información ya que los locales son alquilados
	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	16	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Las emisiones GEI se han estimado a partir del factor de emisión publicado por el Ministerio de Transición Ecológica. Factor emisión en kgCO ₂ /kWh _{fact} : Gasóleo: 2.467 Electricidad (dato medio): 0.21
Cambio climático	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático;	14	Marco interno: Información cualitativa sobre las principales medidas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	
	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	-	n.a.	No se tienen por no considerarse un tema material dada la naturaleza del negocio
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	16	n.a.	No es un aspecto material debido a la naturaleza del negocio
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	15	n.a.	

Cuestiones sociales y relativas al personal

II. Cuestiones sociales y relativas al personal	Página	Marco de Reporting	Comentarios / Razón de la omisión
Número total y distribución de empleados por sexo, edad y categoría profesional	18		El dato del número de empleados es a cierre del ejercicio 2021. No se detalla información por país al estar todos los empleados de la Sociedad contratados en España
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	18-19-20		Para el cálculo del promedio por tipología de contratos se ha calculado a través de la plantilla media
Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	19	Marco interno: Número total, distribución de empleados y despidos; y su desglose por sexo, edad, país y categoría profesional. Promedio de contratos por tipología y jornada desglosados por género, edad y categoría profesional	Incluye despidos objetivos y disciplinarios
Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	20		
Brecha salarial	21	Marco interno: Información cuantitativa sobre la brecha salarial calculada como: (Media remuneración hombres – media remuneración mujeres) / media remuneración hombres	
Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	21	Marco interno: Información cuantitativa sobre remuneraciones medias desglosadas por sexo, edad y categoría profesional	
Remuneración media de los consejeros (incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción) por sexo	21	n.a.	Los miembros del Consejo de la Sociedad, tanto en el ejercicio 2021 como 2020, no perciben retribución por su posición como consejeros y únicamente reciben el salario correspondiente a su puesto de trabajo
Remuneración media de los directivos (incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción) por sexo	21	Marco interno: Información cuantitativa sobre remuneración media de los directivos y su desglose por sexo	Se incluye la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier

				otra percepción desagregada por sexo
Implantación de políticas de desconexión laboral	21	Marco interno: información cualitativa sobre los procedimientos llevados a cabo de desconexión laboral a los trabajadores	La información reportada es del periodo Nov 2019 – Oct 2020, que se corresponde con el periodo establecido legalmente con la administración (periodos anuales desde la primera solicitud). No existen variaciones significativas entre octubre de 2020 y el cierre del ejercicio	
Empleados con discapacidad	21	Marco interno: información cuantitativa sobre los empleados con discapacidad		
Organización del tiempo de trabajo	22	Marco interno: información cualitativa sobre la organización del tiempo de trabajo		
Organización del trabajo	22	Número de horas de absentismo	Marco interno: información cuantitativa sobre horas de absentismo	Incluye las horas perdidas por enfermedad, incapacidad temporal, permisos de maternidad y paternidad y los permisos retribuidos
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	22	Marco interno: Información cualitativa sobre medidas para la conciliación		
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	22-23	403-3 Servicios de salud en el trabajo.		
Salud y seguridad	22-23	Número de accidentes de trabajo por sexo	Marco interno: Información cuantitativa sobre accidentes, índice de frecuencia e índice de gravedad y enfermedades profesionales, totales y sus desgloses por género	Accidentes con baja en jornada laboral. No incluye accidentes <i>in itinere</i> .

					trabajo por cada millón de horas trabajadas. La cantidad de horas trabajadas por sexo se ha estimado a través del número de horas de trabajo del convenio colectivo multiplicado por el número de trabajadores por sexo
				23	Nº de días perdidos por cada 1.000 horas de trabajo. Se incluyen recaídas y se excluyen procesos in itinere. La cantidad de horas trabajadas por sexo se ha estimado a través del número de horas de trabajo del convenio colectivo multiplicado por el número de trabajadores por sexo
	Tasa de gravedad por sexo			23	
	Enfermedades profesionales por sexo			23	
	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos			24	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo
Relaciones sociales	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país			24	102-41 Acuerdos de negociación colectiva
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo			24	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo
	Políticas implementadas en el campo de la formación			25-27	Marco interno: Información cualitativa sobre medidas formativas
Formación	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.			24-26	Marco interno: Información cuantitativa sobre el número de horas de formación total y su desglose por categoría profesional
					La asignación de horas se ha realizado sobre la base de la duración de los programas formativos y el número de asistentes a los mismos, distribuidos por categorías profesionales

Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	27	Marco interno: Información cualitativa sobre medidas para la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Marco interno: Información cualitativa sobre medidas para la accesibilidad universal de las personas con discapacidad
	27-28	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados Marco interno: Información cualitativa sobre medidas para promover la igualdad hombre-mujer
	27-28	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados Marco interno: Información cualitativa sobre normativa para la igualdad de género
	27-28	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados
	27-28	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	Marco interno: Información cualitativa sobre medidas contra la discriminación

Información sobre el respeto de los derechos humanos

III. Información sobre el respeto de los derechos humanos	Página	Marco de Reporting	Comentarios / Razón de la omisión
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	29-30	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	
Prevenición de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	29-30	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	29-30	Marco interno: número de denuncias recibidas vinculadas con la vulneración de derechos humanos	

<p>Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación, el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, el trabajo forzoso e infantil</p>	<p>29-30</p>	<p>Marco interno: información cualitativa sobre políticas para promover y cumplir las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)</p>
--	--------------	---

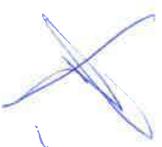
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

IV. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Página	Marco de Reporting	Comentarios / Razón de la omisión
<p>Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno</p>	<p>11-12</p>	<p>102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas</p>	
<p>Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales</p>	<p>11-12</p>	<p>Marco interno: Información cualitativa sobre medidas para la lucha contra el blanqueo de capitales</p>	<p>En la actualidad no hay un plan específico para la lucha contra el blanqueo de capitales más allá de cumplir con la legislación vigente en materia de pagos en metálico</p>
<p>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro</p>	<p>11-12</p>	<p>Marco interno: información cuantitativa sobre aportaciones a fundaciones y entidades no lucrativas e información cualitativa relacionada</p>	

Información sobre la sociedad

V. Información sobre la sociedad	Página	Marco de Reporting	Comentarios / Razón de la omisión
<p>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</p>	<p>Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local</p>	<p>31-32</p>	
	<p>Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio</p>	<p>31-32</p>	
	<p>Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos</p>	<p>31-32</p>	<p>Marco interno: Información cualitativa y cuantitativa sobre la relación con las comunidades locales y el impacto de la actividad en la sociedad</p>

	Acciones de asociación o patrocinio	12	102-12 Iniciativas externas 102-13 Afiliación a asociaciones	
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	33	Marco interno: Información cualitativa del proceso de compras y evaluación de las mismas respecto a protocolos y políticas internas	No se han desarrollado auditorías a los proveedores por no haberse detectado casos de incumplimiento
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	33		
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	33		
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	34-35	Marco interno: Información cualitativa sobre la importancia y las medidas para garantizar la seguridad y salud de los consumidores 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios Marco interno: Información cualitativa sobre los sistemas de reclamación 418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	
	Sistemas de reclamación	34-35		
	Quejas recibidas y resolución de las mismas	34-35		
	Beneficios obtenidos país por país	36		
Información fiscal	Impuestos sobre beneficios pagados	36	Marco interno: información cuantitativa sobre los impuestos sobre beneficios pagados en España y la sucursal de Kuwait Marco interno: información cuantitativa sobre subvenciones públicas recibidas	
	Subvenciones públicas recibidas	36		



WORLD DUTY FREE GROUP, S.A.U.
Formulación de Cuentas Anuales del Ejercicio 2021

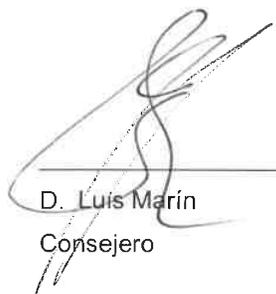
Reunidos los Administradores de la Sociedad World Duty Free Group, S.A.U con fecha 25 de mayo de 2022 y en cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 253.2 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital y en el artículo 37 del Código de Comercio, proceden a formular las cuentas anuales, el informe de gestión y el estado de información no financiera, del ejercicio anual comprendido entre el 1 de enero de 2021 y el 31 de diciembre de 2021 recogidos en las páginas anteriores que son visadas por el secretario a efectos de identificación.



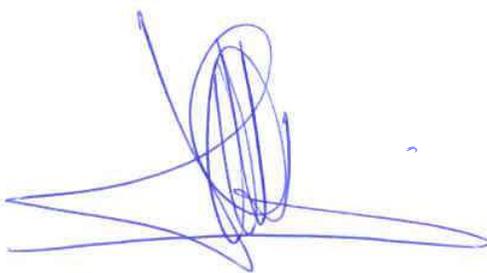
D. Julián Díaz González
Presidente



D. Jose Manuel Rodriguez-Caro
Consejero



D. Luis Marín
Consejero



D. José Miralda de Ciarán
Secretario no consejero