

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

Informe de verificación independiente
del Estado de Información No Financiera
correspondiente al ejercicio anual
finalizado el 31 de diciembre de 2024

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA DE WORLD DUTY FREE GROUP, S.A. (SOCIEDAD UNIPERSONAL) DEL EJERCICIO 2024

Al Accionista de World Duty Free Group, S.A. (Sociedad Unipersonal):

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 2024, de World Duty Free Group, S.A. (Sociedad Unipersonal) (en adelante "la Sociedad") que forma parte del Informe de Gestión de la Sociedad.

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 World Duty Free Group, S.A. (Sociedad Unipersonal), así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de la Sociedad. 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 la Sociedad 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 gestión de la calidad

Hemos cumplido los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las normas internacionales sobre independencia) emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (Código del 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 Gestión de la Calidad (NIGC) 1, que requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad que incluye políticas o procedimientos relativos al cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y requerimientos legales y reglamentarios 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 2024 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 2024.
- 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 2024.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2024 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.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de World Duty Free Group, S.A. (Sociedad Unipersonal) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2024 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 "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 AUDITORES, S.L.



Victoria Larroy García

27 de junio de 2025

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

DELOITTE
AUDITORES, S.L.

2025 Núm. 01/25/20605

SELLO CORPORATIVO: 30,00 EUR

Sello distintivo de otras actuaciones



EJCQK27686

Contenido

| | |
|---|----|
| 1. Alcance y metodología de la información no financiera..... | 2 |
| 2. Modelo de Negocio | 3 |
| 3. Gestión del riesgo..... | 8 |
| 4. Lucha contra la corrupción y el soborno | 12 |
| 5. Política Medioambiental..... | 14 |
| 6. Personal..... | 20 |
| 7. Derechos Humanos | 32 |
| 8. Compromiso social | 36 |
| 9. Subcontratación y proveedores | 38 |
| 10. Consumidores..... | 39 |
| 11. Información fiscal | 41 |
| Anexo. Tabla de contenidos conforme a la Ley 11/2018 | 42 |

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. (en adelante “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 Avolta – Para el reporte de la información no financiera, Avolta publica a nivel global un informe de sostenibilidad conforme a los principios marcados por Global Reporting Initiative GRI (opción esencial). Este informe está disponible en la página web corporativa <https://www.avoltaworld.com/>.

World Duty Free Group, S.A.U. es filial del Grupo Avolta con sede en Basilea (Suiza). La sociedad opera 70 tiendas duty-free y duty-paid en aeropuertos de España y Kuwait donde trabajan cerca de 2.000 empleados. Avolta 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.

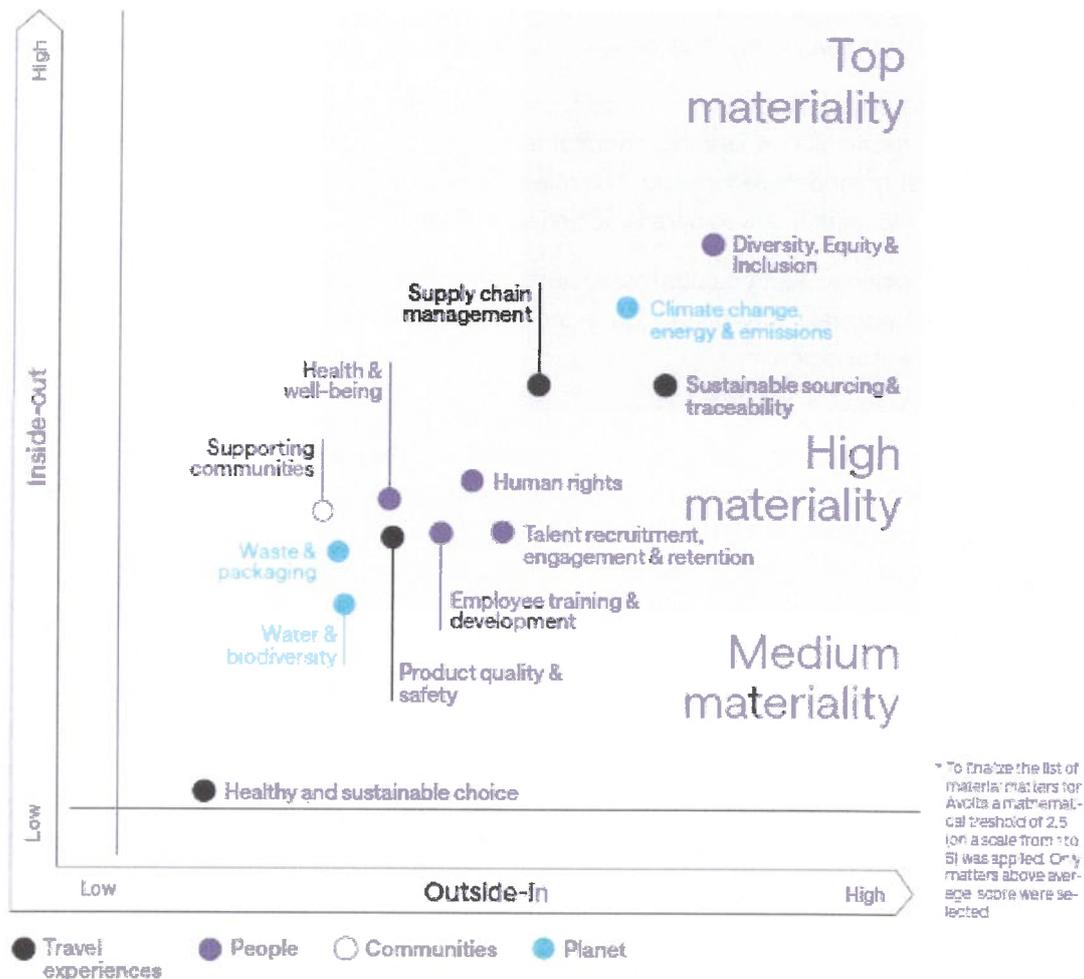
Materialidad: en la preparación de este informe se ha seguido el análisis de materialidad realizado para la elaboración del Informe Global de sostenibilidad de Avolta anteriormente mencionado. En la elaboración de dicho análisis de materialidad, que se realizó en 2016 con el apoyo de un asesor externo 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 Avolta, 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 Avolta y el impacto sobre los grupos de interés (stakeholders) con los que se relaciona Avolta y que tienen un grado de relevancia alto o muy alto en ambas dimensiones.

New Avolta Double Materiality Matrix

18 ESG topics emerged as material* for the development of the company's ESG strategy and commitments.

In the context of the business combination of Dufry and Autogrill, Avolta has reviewed the material matters and stakeholder communities to develop the new Double Materiality Matrix.



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.

El Estado de Información No Financiera ha sido formulado por el Consejo de Administración de la Sociedad. A través de dicho informe, se cubren todos los requerimientos que la Ley 11/2018 exige en evaluar el impacto del negocio en cuestiones medioambientales y sociales.

De conformidad con la Ley 11/2018, la información incluida en el Estado de Información No Financiera se ha sometido a verificación independiente por parte de Deloitte Auditores, S.L. 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 Avolta A.G.: Al igual que la matriz, la actividad de la Sociedad 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. La Sociedad comparte el modelo de negocio, estrategia y propuesta de valor de la matriz, Avolta A.G., que a continuación se detalla.

En el mes de febrero de 2023, Grupo Dufry completó la fusión por intercambio de acciones con la empresa Autogrill s.p.a. Autogrill desarrolla un negocio complementario al de Dufry A.G. (restauración en el mundo del viaje), pero con un diferente modelo de negocio. El modelo de negocio del Grupo Avolta, por tanto, evolucionará, aunque aún no hay cambios significativos para la Sociedad en España.

Modelo de negocio: La Sociedad 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 de la Sociedad

El éxito de la Sociedad va más allá del rendimiento comercial y financiero, y entendemos que las actividades empresariales llevadas a cabo tienen un impacto en las comunidades en las que opera. Desde 2019, el Grupo Avolta apoya los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción, y en 2020 se convirtió en miembro firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desarrollando iniciativas relevantes orientadas a lograr un negocio más sostenible, incluyendo como principales objetivos de la Compañía:

- **Orientación al cliente:** El objetivo es seguir avanzando en la oferta de una experiencia de viaje e iniciar oportunidades de crecimiento que beneficien por igual a viajeros, marcas y socios concesionarios, desarrollando entornos de compra atractivos. Evolucionamos continuamente nuestro surtido de productos sostenibles en línea con las preferencias de los clientes y los comentarios recibidos, y continuamos trabajando con las principales partes interesadas tanto para ampliar la oferta como para dar mayor visibilidad en nuestras tiendas.
- **Experiencia de los empleados:** La diversidad y la inclusión (D&I) siguen siendo un área de interés para la Sociedad. Basándonos en los resultados de las encuestas realizadas de D&I, se desarrollan iniciativas específicas para ayudar a los empleados a gestionar mejor los temas relacionados con el trabajo, la familia y el equilibrio vital.
- **Protección del medio ambiente:** El Grupo 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, se buscan soluciones innovadoras que consuman menos energía contribuyendo de esta forma a la lucha contra el cambio climático y salvaguardando la biodiversidad.

- Socio de confianza: A través de nuestra red de tiendas, apoyamos directa e indirectamente las economías locales de los países en los que operamos: ya sea contratando personal local, abasteciéndonos de productos locales o pagando impuestos. Proporcionar puestos de trabajo y condiciones y oportunidades laborales de calidad, incluidos nuestros programas de formación y desarrollo, contribuyen de forma importante al desarrollo de la riqueza local.

A mediados de septiembre de 2022, el Grupo Avolta presentó su estrategia "*Destination 2027*" basada en cuatro pilares fundamentales: revolución de la experiencia de viaje para el cliente, diversificar la presencia geográfica, seguir fomentando una cultura de mejoras operativas continua y un fuerte compromiso ESG como elemento conector.

La estrategia de la Sociedad, como parte del Grupo Avolta, se centra en el crecimiento sostenible y rentable a largo plazo. La implementación de esta estrategia sigue un enfoque de diversificación por, entre otros, la geografía, el canal y el régimen aduanero. Durante el ejercicio 2024, se han abierto siete puntos de venta de restauración dentro de algunas de las tiendas principales de los aeropuertos de Madrid y Barcelona, que se explotan bajo los nuevos contratos firmados con Aena en el ejercicio 2023. El importe de estas ventas ascendió a 1,9 millones.

Creación de valor para todos nuestros grupos de interés

La Sociedad 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 la compañía 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, 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 agradables y confortables, 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, la Sociedad 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.

Ofrecer a los clientes grandes promociones, novedades y productos exclusivos que siempre buscan crear un sentido de pertenencia al lugar es, para la Sociedad, 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. Nuestras tiendas combinan los famosos surtidos de marcas mundiales y productos de alta calidad con un toque local especial, que las diferencian en todo el mundo.

Cuando la Sociedad desarrolla o renueva sus tiendas, presta especial atención a la creación de un fuerte sentido del lugar, vinculando así el entorno comercial al patrimonio cultural de cada país en el que se ubican las tiendas. La combinación de diseños de tiendas de vanguardia con motivos y referencias locales, junto con una cuidada selección de productos locales procedentes de proveedores locales, da como resultado espacios de compra únicos que permiten a los clientes experimentar una inmersión cultural completa en el destino con una verdadera "sensación de pertenencia del lugar".

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. La Sociedad trabaja tradicionalmente en estrecha colaboración con las marcas para ofrecer a los clientes una selección única 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, la Sociedad 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 socios, la compañía 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.

Aumento del compromiso ESG

Durante 2024 el Grupo Avolta, al que la Sociedad pertenece, ha seguido evolucionando en su compromiso ESG, tomando una posición de liderazgo en la industria. Los firmes compromisos de los que la Sociedad forma parte son un claro ejemplo de la importancia que el Grupo tiene en materia de ESG, como el establecimiento de objetivos de reducción de emisiones en línea con la iniciativa *Science Based Targets* (SBTi), la elaboración de un informe de TCFD (*Task Force on Climate- Related Disclosures*), o el compromiso con la protección de los Derechos Humanos como miembro del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Desde 2021, el Grupo Avolta ha aumentado considerablemente su compromiso ESG (*environmental, social and governance*) con varias iniciativas, que están totalmente alineadas e integradas en la estrategia del Grupo. Sobre todo, se han definido objetivos de reducción de CO₂ basados en SBTi que permitirán al Grupo alcanzar la neutralidad climática para las emisiones de alcance 1+2 en 2025 y reducir considerablemente las emisiones de alcance 3 entre 2027 y 2030, con iniciativas específicas. Además, el Grupo ha llevado a cabo el proceso de recertificación del Código de Conducta de los Proveedores, 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 la Sociedad, 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.

Disciplina financiera centrada en la rentabilidad

La Sociedad siempre ha fomentado un enfoque financiero disciplinado en todos sus proyectos. 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 flujos 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.

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 últimos años y la capacidad del Grupo para reaccionar rápidamente y adaptar 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 del Grupo Avolta sigue caracterizándose por una combinación de crecimiento orgánico y oportunidades de fusiones y adquisiciones. 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.

La fusión con Autogrill, culminada en febrero de 2023, es un encaje estratégico perfecto y complementa plenamente la estrategia anteriormente mencionada "*Destination 2027*". La transacción permite combinar la experiencia de los dos líderes en *travel retail* y en alimentación y bebidas, respectivamente, y crear un nuevo actor único de la experiencia de viaje. La combinación crea una nueva propuesta de valor y una experiencia global para los viajeros a través de ofertas y servicios híbridos.

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. Por lo tanto, el crecimiento orgánico seguirá siendo un importante motor del desarrollo de la Sociedad. Nos centramos 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.

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

A lo largo de 2024 y, prácticamente 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 que presenta su propia dinámica de crecimiento, que no es comparable a la de la venta minorista en la calle.

En el caso concreto del área geográfica en el que opera la Sociedad, en el ejercicio 2024 se han superado los niveles de ventas del ejercicio 2023. Asimismo, en el ejercicio 2023 se superó los niveles de ventas del ejercicio 2019.

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 del Grupo Avolta 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 las cuentas anuales y en el informe de gestión de World Duty Free Group, S.A.U.) y riesgos no financieros. 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.

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. Respecto a este riesgo, en septiembre de 2023 la Sociedad concluyó la firma de los contratos para la explotación de las tiendas en los aeropuertos de Madrid, Barcelona, Reus, Gerona, Palma de Mallorca, Ibiza, Mahón, Alicante, Murcia, Valencia, Málaga, Jerez, Almería, Granada y Sevilla, en régimen de “Travel Value” & “Duty Free”, por un periodo de 12 años, desde el 1 de noviembre de 2023 hasta el 31 de octubre de 2035 y con la posibilidad de tres prórrogas adicionales de un año cada una, siempre previo consentimiento de AENA, lo que garantiza la continuidad del negocio en los próximos años.

La Sociedad 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 licenciatante, 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 la Sociedad 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 la Sociedad 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 informada 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, el Grupo Avolta, al que la Sociedad pertenece, participa activamente con asociaciones del sector, entre otros ETRC (European Travel Retail Council) en la elaboración de Códigos de Buenas Prácticas y de autorregulación para venta de alcohol y tabaco.

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 perjudicado 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

El Grupo Avolta adopta un modelo de gestión del 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 del Grupo Avolta y de todas sus empresas filiales con la integridad y la transparencia empieza por su propio personal. Avolta exige a todos sus empleados, gestores y ejecutivos actuar en todo momento conforme a lo establecido en el Código Ético de Avolta, así como en su Política de Sostenibilidad e Integridad en las transacciones comerciales.

El Código Ético de Avolta 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 Avolta 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.

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 Avolta. 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 Avolta, 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.

Avolta 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. Avolta 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 Avolta, 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 Avolta están obligados a cumplir lo que establezca el estándar más alto a este respecto.

El Código Ético de Avolta 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

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.

Avolta 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.

La dirección de Avolta 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.

Por último, a principios del año 2020, la matriz de World Duty Free Group, S.A.U., Avolta A.G., 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 2023 el correspondiente Informe de Evolución siguiendo las pautas establecidas por Naciones Unidas para su preparación. El informe está disponible en la página web del Grupo Avolta (<https://www.avoltaworld.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 2024 World Duty Free Group, S.A.U. empleó un total de 29.251 euros (30.099 euros en 2023) en representación de sus intereses a través de asesores y asociaciones del sector, entre las que se incluyen:

- ETRC - European Travel Retail Confederation (4.050 euros)
- AECOC – Asociación de fabricantes y distribuidores (1.729 euros)
- AESMAR - Asociación Española de Suministradores Marítimos (545 euros)
- ANGED – Asociación Nacional Grandes Empresas de la Distribución (22.927 euros)

También en 2024, la Sociedad realizó aportaciones económicas, donadas por sus clientes o a través de acuerdos de colaboración, a diversas ONG y organismos sin ánimo de lucro, tal como se indica en el apartado 8: Compromiso Social.

5. Política Medioambiental

Materias primas

Como pura empresa de distribución, 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.

La Sociedad está comprometida 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, se buscan soluciones innovadoras que consuman menos energía contribuyendo de esta forma a la lucha contra el cambio climático y salvaguardando la biodiversidad.

Por tanto, la empresa concentra sus esfuerzos de ahorro energético y reducción de emisiones principalmente en las áreas de aprovisionamiento de productos, cadena de suministro y logística, sus propias oficinas y en la planificación de nuevas tiendas, o en las tiendas existentes. En cuanto al diseño de las tiendas, la atención se centra en los materiales de construcción, el equipamiento y la iluminación, siguiendo las recomendaciones de LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*).

Reducción de las emisiones de CO₂. Compromiso de reducción.

Para evaluar y comprender mejor el impacto medioambiental de la actividad 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.

El Grupo Avolta, al que la Sociedad pertenece, sigue las normas del *Greenhouse Gas Protocol* (GHGP) para informar sobre las emisiones de CO₂. Este protocolo es una herramienta utilizada por gobiernos y empresas para comprender, cuantificar y gestionar las emisiones de gases de efecto invernadero y clasifica las emisiones en tres alcances:

- Alcance 1: Emisiones directas de gases de efecto invernadero procedentes de fuentes propiedad de la empresa. Para la Sociedad, las emisiones de Alcance 1 se limitan a las del combustible utilizado por los vehículos de la Sociedad y a los combustibles fósiles utilizados principalmente para calefacción.
- Alcance 2: Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero procedentes del uso de electricidad. En el caso de la Sociedad, éstas incluyen el consumo de electricidad en tiendas, oficinas y almacenes.
- Alcance 3: Son las emisiones liberadas por terceros cuando prestan sus servicios a la Sociedad.

Centros de distribución y almacenes

El segundo factor que más contribuye a la huella medioambiental de Avolta a nivel global es el transporte de mercancías. La Sociedad opera un centro de distribución en Barcelona, en el que se reciben los principales envíos de los proveedores globales y se distribuyen a las operaciones del Grupo en EMEA, incluidas las tiendas que opera la Sociedad en España. 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, la Sociedad cuenta con un almacén local en Madrid, que redistribuye las mercancías recibidas de los almacenes centrales a las operaciones. 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 se realiza con una flota de transporte gestionada por la Sociedad.

La gran mayoría de los envíos de mercancías desde las instalaciones del proveedor hasta el centro de distribución se excluye de la evaluación de emisiones de la Sociedad, ya que estas emisiones son responsabilidad de los proveedores.

Tiendas

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

Basándonos en las facturas de servicios públicos emitidas por los socios de la concesión para el año 2024, hemos identificado las emisiones y consumo de recursos para operaciones que cubren más del 85 % del total de la superficie comercial. Al alcanzar una cifra tan elevada, hemos podido extrapolar la información y estimar las emisiones totales de toda nuestra superficie comercial.

Oficinas

Además de las tiendas y los almacenes, la Sociedad cuenta con oficinas. En estas instalaciones, el consumo de energía está relacionado principalmente con la iluminación y la calefacción. En las oficinas 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

El Grupo Avolta, al que la Sociedad pertenece, ha definido a nivel global objetivos de reducción basados en criterios ciencia, tal y como establece el organismo, SBTi (Science Based Targets Initiative), reconociendo así el papel crucial que la comunidad empresarial puede desempeñar para minimizar el riesgo del cambio climático. El SBTi validó los objetivos de reducción de emisiones del Grupo a principios de 2023.

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, el Grupo Avolta 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. El Grupo Avolta 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, el Grupo Avolta quiere lograr la neutralidad climática de sus propias operaciones (emisiones de alcance 1 y 2) para 2025, 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, el Grupo Avolta sigue la senda del calentamiento global muy por debajo de los 2 °C con dos objetivos distintos. A través de programas con proveedores, el Grupo 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 se 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 7 niveles de acreditación (mapeo, reducción, optimización, neutralidad, transformación, transición y emisiones netas 0), 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. De los aeropuertos donde opera la Sociedad, están acreditados con un nivel 3 de optimización Madrid, Alicante, Barcelona, Ibiza, Málaga y Palma de Mallorca.

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 o 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.

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, el Grupo Avolta forma parte del Grupo de trabajo sobre el clima de ACI Europa creado en 2019 y participa activamente en el desarrollo de estrategias, objetivos e iniciativas relacionadas.

Desde 2022, el Grupo Avolta también es miembro de la ACI ANARA (*Airport Non-Aeronautical Revenue & Activities*) para definir las recomendaciones y las mejores prácticas para la comunidad aeroportuaria.

Firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas

Como se indicaba anteriormente, el Grupo Avolta 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 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.

La reducción en el consumo de bolsas de la compra es otra área en la que la Sociedad está buscando soluciones sostenibles al reemplazar las bolsas de plástico tradicionales por bolsas reutilizables. Asimismo, aconseja a su personal 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 la Sociedad.

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 2024, la Sociedad distribuyó en España entre sus clientes – con destinos nacionales, Islas Canarias, UE y terceros países – un total de 6.052.712 de bolsas de plástico (6.089.791 en 2023). Se estima que para la producción de ese número de bolsas fueron necesarios unos 117.019,10 kilogramos de plástico (120.440,27 Kg. en 2023). Las bolsas que Avolta distribuye ente sus clientes está hechas en una gran proporción a partir de plástico reciclado.

Con respecto a los cartones y pallets utilizados para transportar y proteger productos, la Sociedad garantiza que estos se reutilicen tanto como sea posible y, por lo tanto, también se reduce el consumo de nuevos recursos. El proceso de reciclaje se subcontrata a proveedores de servicios especializados: Ecoembes.

Por último, en las oficinas, la reducción del consumo de papel es uno de nuestros desafíos actuales. La Sociedad ha implementado iniciativas 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 sólo 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 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. Por otro lado, la puesta en marcha de los siete puntos de venta de restauración ha supuesto un cambio significativo respecto al modelo de retail desarrollado anteriormente, generando un incremento en consumo de agua durante 2024.

Información cuantitativa en materia de sostenibilidad ambiental ⁽¹⁾

| Consumo de energía | 2024 | 2023 |
|--------------------|--------------|--------------|
| Electricidad | 58.986,12 GJ | 70.145,94 GJ |
| Gasóleo | 585,99 GJ | 547,95 GJ |
| TOTAL | 59.573,33 GJ | 70.693,89 GJ |

| Consumo de agua | 2024 | 2023 |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|
| Agua | 64.664,09 m ³ | 38.445,46 m ³ |

| Emisiones de gases de efecto invernadero ¹ | 2024 | 2023 |
|---|-----------------------------|-------------------------------|
| Emisiones Directas (alcance 1) | 38,12 t CO ₂ eq | 35,64 t CO ₂ eq |
| Emisiones Indirectas (alcance 2) | 603,04 t CO ₂ eq | 1.676,58 t CO ₂ eq |

¹ Factores de conversión obtenidos de la herramienta de cálculo de huella de carbono del Ministerio para la Transición Ecológica.

(1) No incluyen los datos de la sucursal en Kuwait de la Sociedad por no ser materiales

En su mayor parte, nuestras tiendas están ubicadas en instalaciones y edificios como aeropuertos 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 la Sociedad, ya que estos factores están predeterminados por la propiedad del edificio. En este sentido, AENA, que es el concesionario de los contratos de la Sociedad, según la información publicada en su Estado de Información no Financiera, consume electricidad obtenida 100% de fuentes renovables.

La mayor influencia en la eficiencia energética se puede tomar cuando la compañía 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 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). 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 Avolta 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. La Sociedad ha recibido en 2024 la certificación LEED por las obras realizadas en el aeropuerto de Madrid; certificado internacional que evalúa y reconoce edificios que cumplen con altos estándares de eficiencia energética, uso responsable de recursos y sostenibilidad ambiental

Durante el ejercicio 2024, al igual que en 2023, 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 2.003 personas (medidos en *headcounts* a 31 de diciembre de 2024).

En las siguientes tablas desagregamos los datos de empleados de la Sociedad por

- Sexo
- Edad
- Duración de contrato
- Tipo de contratación
- Posición

Para la Posición, 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 (en España).

Distribución de empleados (Acumulados a 31 diciembre)

| | Género | | Edad | | | Categoría Profesional | | |
|------------|---------|---------|------|---------|-----|-----------------------|-------|-------|
| | Hombres | Mujeres | <30 | 30 a 50 | >50 | CAT A | CAT B | CAT C |
| 31/12/2023 | 620 | 1139 | 221 | 1036 | 502 | 167 | 167 | 1425 |
| 31/12/2024 | 714 | 1289 | 339 | 1094 | 570 | 198 | 191 | 1614 |

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” principalmente en los aeropuertos de las Islas Baleares, 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 en España, tal cual exige los requisitos de la ley en la preparación del EINF.

Datos 2024 por tipo de contrato, sexo, edad y categoría profesional

| Promedio 2024 plantilla media acumulada Género | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|-------------|-----------------|----------------|------------|-------------|
| | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| Hombres | 594 | 12 | 606 | 93 | 19 | 112 | 718 |
| Mujeres | 932 | 154 | 1086 | 124 | 44 | 168 | 1254 |
| Total Promedio | 1526 | 166 | 1692 | 217 | 63 | 280 | 1972 |
| Total a 31/12 | 1483 | 211 | 1694 | 244 | 65 | 309 | 2003 |

| Promedio 2024 plantilla media acumulada Edad | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|-------------|-----------------|----------------|------------|-------------|
| | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| <30 | 146 | 14 | 160 | 118 | 43 | 161 | 321 |
| 30 a 50 | 861 | 100 | 961 | 84 | 19 | 103 | 1064 |
| > 50 | 519 | 52 | 571 | 15 | 1 | 16 | 587 |
| Total Promedio | 1526 | 166 | 1692 | 217 | 63 | 280 | 1972 |
| Total a 31/12 | 1483 | 211 | 1694 | 244 | 65 | 309 | 2003 |

| Promedio 2024 plantilla media acumulada Categoría Prof. | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|--|-----------------|----------------|-------------|-----------------|----------------|------------|-------------|
| | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| CATEGORIA A | 181 | 3 | 184 | 0 | 0 | 0 | 184 |
| CATEGORIA B | 180 | 7 | 187 | 1 | 0 | 1 | 188 |
| CATEGORIA C | 1165 | 156 | 1321 | 216 | 63 | 279 | 1600 |
| Total Promedio | 1526 | 166 | 1692 | 217 | 63 | 280 | 1972 |
| Total a 31/12 | 1483 | 211 | 1694 | 244 | 65 | 309 | 2003 |

Datos 2023 por tipo de contrato, sexo, edad y categoría profesional

| Promedio 2023 plantilla media acumulada Género | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|--------------|-----------------|----------------|------------|--------------|
| | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| Hombres | 534 | 9 | 543 | 50 | 12 | 62 | 605 |
| Mujeres | 866 | 151 | 1.017 | 75 | 37 | 112 | 1.129 |
| Total Promedio | 1.400 | 160 | 1.560 | 125 | 49 | 174 | 1.734 |
| Total headcount a 31/12 | 1.304 | 211 | 1.515 | 202 | 42 | 244 | 1.759 |

| Promedio 2023 plantilla media acumulada | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|--------------|-----------------|----------------|------------|--------------|
| | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| < 30 | 88 | 5 | 93 | 63 | 33 | 96 | 189 |
| 30 a 50 | 834 | 112 | 946 | 51 | 13 | 64 | 1.010 |
| > 50 | 478 | 43 | 521 | 11 | 3 | 14 | 535 |
| Total general | 1.400 | 160 | 1.560 | 125 | 49 | 174 | 1.734 |
| Total headcount a 31/12 | 1.304 | 211 | 1.515 | 202 | 42 | 244 | 1.759 |

| Promedio 2023 plantilla media acumulada | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|--------------|-----------------|----------------|------------|--------------|
| | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| CATEGORIA A | 159 | 3 | 162 | - | - | - | 162 |
| CATEGORIA B | 163 | 5 | 168 | - | - | - | 168 |
| CATEGORIA C | 1.078 | 152 | 1.230 | 125 | 49 | 174 | 1.404 |
| Total Promedio | 1.400 | 160 | 1.560 | 125 | 49 | 174 | 1.734 |
| Total headcount a 31/12 | 1.304 | 211 | 1.515 | 202 | 42 | 244 | 1.759 |

Despidos

| | Género | | Edad | | | Categoría Profesional | | |
|-------------|---------|---------|------|---------|-----|-----------------------|-------|-------|
| | Hombres | Mujeres | <30 | 30 a 50 | >50 | CAT A | CAT B | CAT C |
| 2023 | 10 | 6 | 4 | 7 | 5 | 3 | 2 | 11 |
| 2024 | 22 | 17 | 6 | 21 | 12 | 3 | 2 | 34 |

Consejeros por tipo

| Por tipología | 2023 | | 2024 | |
|----------------|------|------|------|------|
| Ejecutivos | 3 | 100% | 3 | 100% |
| Dominicales | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Independientes | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Otros Externos | 0 | 0% | 0 | 0% |

| Por edad | 2023 | | 2024 | |
|------------|---------|-----|---------|-----|
| <30 años | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 30-50 años | 1 | 25% | 1 | 25% |
| >50 años | 2 | 75% | 2 | 75% |
| Edad media | 57 años | | 57 años | |

| Por nacionalidad | 2023 | | 2024 | |
|------------------|------|------|------|------|
| Española | 3 | 100% | 3 | 100% |
| Otra | 0 | 0% | 0 | 0% |

(*) Los miembros del Consejo de la Sociedad, tanto en el ejercicio 2024 como en 2023, no perciben retribución por su posición como consejeros y únicamente reciben el salario correspondiente a su puesto.

De los tres consejeros ejecutivos, dos son hombres y una es mujer.

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.

España

| Remuneración media (en €) | Género | | Edad | | | Categoría Profesional | | |
|---------------------------|---------|---------|--------|---------|--------|-----------------------|--------|--------|
| | Hombres | Mujeres | < 30 | 30 a 50 | > 50 | CAT A | CAT B | CAT C |
| 2023 | 37.217 | 32.026 | 20.786 | 34.221 | 38.854 | 94.807 | 43.718 | 25.556 |
| 2024 | 37.398 | 30.592 | 21.198 | 33.325 | 39.458 | 95.236 | 43.041 | 24.199 |

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

| | Categoría A | |
|------|-------------|---------|
| | Hombres | Mujeres |
| 2023 | 110.223 | 78.828 |
| 2024 | 108.175 | 81.208 |

Brecha salarial²: calculada como la diferencia de remuneración media de hombres y mujeres, es de 18,20% en 2023, frente a 13,95% en 2023 en España.

Implantación de políticas de desconexión laboral en España: 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 2024 se ha puesto en marcha un programa de trabajo ocasional en remoto que permite a las personas trabajadoras en la oficina de Madrid desarrollar un 30% de su jornada laboral en remoto.

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 en España: por la naturaleza del negocio y la dificultad que entraña la contratación de personal discapacitado cualificado, la Sociedad ha optado por medidas alternativas reguladas por la Administración para cubrir la cuota de reserva, incluida la contratación con centros especiales 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 2024, la cuota de reserva de puestos de trabajo para discapacitados de World Duty Free Group, S.A.U. ascendió a 45 puestos de trabajo (39 en 2023), 5 de los cuales están cubiertos por personal contratado. 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 en España:

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 han acordado medidas que ayudan a la conciliación laboral, como el teletrabajo. A lo largo de 2024, se han seguido ofreciendo a los trabajadores medidas de flexibilidad que han permitido a los trabajadores desempeñar su jornada laboral desde casa (30% máximo) o en las oficinas de la Sociedad.

² = (Media remuneración hombres – media remuneración mujeres) / media remuneración hombres

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. Se ha establecido asimismo un mecanismo de control horario para las personas trabajadoras que desarrollan su jornada laboral en remoto.

Absentismo en España: el absentismo de la Sociedad para el año 2024 se tradujo en 379.040 horas (348.040 horas en 2023). Esta cifra incluye las Jornadas perdidas por enfermedad e incapacidad temporal, así como las ausencias relacionadas con el riesgo en el embarazo y el cuidado de menores.

Medidas destinadas a la conciliación en España: 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. Seguridad y Salud en España:

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.

Datos de Contingencias Profesionales

A continuación, se muestran los datos de contingencias profesionales:

| Nº Accidentes | | | |
|---------------|---------|---------|-------|
| | Hombres | Mujeres | Total |
| 2023 | 46 | 43 | 89 |
| 2024 | 25 | 22 | 47 |

| Nº enfermedades profesionales | | | |
|-------------------------------|---------|---------|-------|
| | Hombres | Mujeres | Total |
| 2023 | - | - | - |
| 2024 | - | - | - |

| Índice frecuencia accidentes | | | |
|------------------------------|---------|---------|-------|
| | Hombres | Mujeres | Total |
| 2023 | 23,16 | 10,67 | 15,07 |
| 2024 | 12,83 | 6,25 | 8,60 |

| Índice gravedad accidente | | | |
|---------------------------|---------|---------|-------|
| | Hombres | Mujeres | Total |
| 2023 | 0,56 | 0,28 | 0,37 |
| 2024 | 0,26 | 0,13 | 0,17 |

Durante 2024 no se constató ninguna enfermedad profesional. De los accidentes, el 72% fue con baja y el 28% fue sin baja. En total, el 97% tuvieron un grado de gravedad leve.

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 en España:

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.

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. En enero de 2023 se publicó en el BOE la prórroga de este Convenio hasta el 31 de diciembre de 2024.

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 89,57% del total de la plantilla física de la Sociedad en 2024 (90,51% en 2023).

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 en España

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.

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, el Grupo Avolta, al que la sociedad pertenece, 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). El Grupo 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.

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 Avolta están invitados a asistir a una inducción del Grupo, dando una visión 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

Avolta tiene una sólida cartera de Aprendizaje y Desarrollo (L&D), tanto a nivel local como global. A nivel de programas globales, las nuevas plataformas online “Level Up” y “Route” ofrecen contenidos e itinerarios de formación para diferentes áreas y niveles de la Organización. Además, a nivel global se continúa ofreciendo la formación presencial a través de multitud de programas como, por ejemplo, para desarrollar habilidades de mando y de liderazgo.

La introducción de estas plataformas, junto con la adquisición continua de tablet 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.

Plan de Formación 2024 – 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 2024 de la Sociedad incluía para todo el personal en España 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).
- 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 globales de formación del Grupo Avolta anteriormente mencionados.
- Gestión de habilidades de liderazgo, que incluye cursos sobre cómo gestionar la diversidad en los equipos de trabajo, influencia, liderazgo, etc.

En total, durante 2024 en España se han ofrecido 14.574 horas de formación, distribuidas por categorías de la siguiente manera:

| Categoría Profesional | | | | |
|-----------------------|-------|-------|--------|--------|
| | CAT A | CAT B | CAT C | TOTAL |
| 2024 | 947 | - | 13.627 | 14.574 |
| 2023 | 2.896 | 2.900 | 16.547 | 22.343 |

6.6. Accesibilidad universal de las personas con discapacidad:

Crear un entorno accesible es un aspecto imprescindible para la Sociedad, 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 la Sociedad, 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.

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

Por último, la Sociedad 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:

La plantilla del Grupo Avolta, está formada por empleados de más de 150 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 Avolta en 62 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.

El Grupo Avolta 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.

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 futura en próximos ejercicios 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 en España.

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.

Encuesta sobre diversidad e inclusión

En 2024, Avolta llevó a cabo una encuesta de D&I, que llegó al 100% de la plantilla de Avolta, y que sirvió para conocer mejor la percepción de la D&I entre los empleados del Grupo. Esta valiosa información ha servido para seguir evolucionando y ser más inclusivo e igualitario para todos, identificando oportunidades de iniciativas específicas.

6.8. Sucursal en Kuwait

La Sociedad opera a través de una sucursal, 9 tiendas en el aeropuerto de Kuwait. Los datos del ejercicio 2024 y 2023 relativos a los empleados de esta sucursal son los siguientes:

Distribución de empleados (Acumulados a 31 diciembre)

| | Genero | | Edad | | | Categoría profesional | | |
|------------|--------|-------|------|---------|-----|-----------------------|-------|-------|
| | Hombre | Mujer | <30 | 30 a 50 | >50 | CAT A | CAT B | CAT C |
| 31/12/2024 | 147 | 104 | 33 | 199 | 19 | 5 | 18 | 228 |
| 31/12/2023 | 130 | 104 | 22 | 195 | 17 | 5 | 15 | 214 |

Plantilla por tipo de contrato, sexo, edad y categoría profesional (2024)

| Promedio 2024 plantilla media acumulada Genero | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|----------|-----------------|----------------|----------|-------|
| | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| Hombre | 138 | - | 138 | - | - | - | 138 |
| Mujer | 104 | - | 104 | - | - | - | 104 |
| Total promedio | 242 | - | 242 | - | - | - | 242 |
| Total Headcount a 31/12/2024 | 251 | | 251 | | | - | 251 |

| Promedio 2024 plantilla media acumulada | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|----------|-----------------|----------------|----------|-------|
| | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| <30 | 26 | - | 26 | - | - | - | 26 |
| 30 a 50 | 197 | - | 197 | - | - | - | 197 |
| > 50 | 20 | - | 20 | - | - | - | 20 |
| Total promedio | 242 | - | 242 | - | - | - | 242 |
| Total Headcount a 31/12/2024 | 251 | | 251 | | | - | 251 |

| Promedio 2024 plantilla media acumulada | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|----------|-----------------|----------------|----------|-------|
| | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| CATEGORIA A | 5 | | 5 | - | - | - | 5 |
| CATEGORIA B | 15 | | 15 | - | - | - | 15 |
| CATEGORIA C | 222 | | 222 | - | - | - | 222 |
| Total promedio | 242 | - | 242 | - | - | - | 242 |
| Total Headcount a 31/12/2024 | 251 | | 251 | | | - | 251 |

Plantilla por tipo de contrato, sexo, edad y categoría profesional (2023)

| Promedio 2023 plantilla media acumulada Género | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|----------|-----------------|----------------|----------|-------|
| | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| Hombres | 115 | - | 115 | - | - | - | 115 |
| Mujeres | 98 | - | 98 | - | - | - | 98 |
| Total Promedio | 213 | - | 213 | - | - | - | 213 |
| Total Headcount 31/12/2023 | 234 | - | 234 | - | - | - | 234 |

| Promedio 2023 plantilla media acumulada | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|----------|-----------------|----------------|----------|-------|
| | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| < 30 | 15 | - | 15 | - | - | - | 15 |
| 30 a 50 | 181 | - | 181 | - | - | - | 181 |
| > 50 | 17 | - | 17 | - | - | - | 17 |
| Total general | 213 | - | 213 | - | - | - | 213 |
| Total Headcount 31/12/2023 | 234 | - | 234 | - | - | - | 234 |

| Promedio 2023 plantilla media acumulada | Indefinido | | | Temporal | | | Total |
|---|-----------------|----------------|----------|-----------------|----------------|----------|-------|
| | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | Tiempo Completo | Tiempo Parcial | Subtotal | |
| CATEGORIA A | 5 | - | 5 | - | - | - | 5 |
| CATEGORIA B | 14 | - | 14 | - | - | - | 14 |
| CATEGORIA C | 194 | - | 194 | - | - | - | 194 |
| Total Promedio | 213 | - | 213 | - | - | - | 213 |
| Total Headcount 31/12/2023 | 234 | - | 234 | - | - | - | 234 |

Media de retribuciones por sexo, edad y clasificación profesional

| Remuneración media (en €) | Género | | Edad | | | Categoría Profesional | | |
|---------------------------|---------|---------|--------|---------|--------|-----------------------|--------|--------|
| | Hombres | Mujeres | < 30 | 30 a 50 | > 50 | CAT A | CAT B | CAT C |
| | 2024 | 20.513 | 18.651 | 13.607 | 19.331 | 31.485 | 99.717 | 38.337 |
| 2023 | 20.099 | 17.428 | 13.761 | 18.089 | 32.066 | 85.389 | 35.802 | 15.920 |

Brecha salarial

La brecha salarial, calculada como la diferencia de remuneración media de hombres y mujeres, y dividida por la media de los hombres es de un 9,1% (13,3% para el ejercicio 2023).

Formación

En 2024 se han ofrecido 6.234 horas de formación (5.644 horas en 2023), distribuidas por categorías de la siguiente manera:

| Horas de formación | | | | |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| | CAT A | CAT B | CAT C | Total |
| 2024 | - | 131 | 6.103 | 6.234 |
| 2023 | 32 | 140 | 5.472 | 5.644 |

Datos de Contingencias Profesionales

Durante el año 2024, se produjo 1 accidente leve (3 en 2023)

7. Derechos Humanos

Avolta 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 Avolta 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, la Sociedad tiene un código ético de obligado cumplimiento para todos los empleados. Dicho código vela porque directivos, gerentes y empleados respeten plenamente la salvaguarda de la integridad y el trato justo al realizar sus actividades en nombre de la Sociedad y que promuevan la sostenibilidad, la diversidad, el trabajo decente, los derechos humanos, las medidas contra el acoso y la no discriminación.

La Sociedad 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.avolta-compliance.com).

- Trabajo infantil y trabajo forzoso – no existe trabajo infantil o trabajo forzoso en la Sociedad, 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 – La Sociedad reconoce el derecho de sus empleados a la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva. En España, el 90% 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, la Sociedad 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 – la Sociedad 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 la Sociedad mantiene operaciones – principalmente en aeropuertos – requiere de medidas excepcionales de seguridad, por lo que la Sociedad 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, el Grupo Avolta, al que la Sociedad pertenece, 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, cualquier empleado puede elevar la voz en caso de detectar alguna infracción del código ético de la Sociedad.

En 2024, al igual que en 2023, no hemos recibido ninguna queja relativa a la vulneración de los Derechos Humanos.

8. Compromiso social

Durante muchos años, el Grupo Avolta 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 Avolta se puede encontrar información más detallada sobre las diferentes iniciativas que ha apoyado el Grupo Avolta en 2024.

En España, siguiendo los objetivos de compromiso social del Grupo, la Sociedad ha participado activamente en iniciativas solidarias, colaborando con diversas ONG a través de donaciones y programas de apoyo. A principios de año, la Sociedad firmó un acuerdo de colaboración con la Fundación Bobath y la Fundación Deporte y Desafío, con el objetivo de realizar aportaciones económicas y participar en iniciativas de colaboración social. A finales de año, la Comunidad Valenciana fue gravemente golpeada por la Depresión Aislada en Niveles Altos (DANA); comprometidos con los afectados, la Sociedad realizó un proceso de recaudación y donación a través de un convenio de colaboración con Banco de Alimentos de España Comunidad Valenciana y World Central Kitchen.

Además de la relación con empresas no gubernamentales, el Grupo Avolta 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 el Grupo Avolta a proveedores locales es de casi un 30% frente al 70% que se compra a proveedores globales.

9. Subcontratación y proveedores

El Grupo Avolta, 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, Avolta 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 Avolta desarrolló su Código de Conducta de proveedores (el cual ha recibido su última actualización en 2023), 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.
- Lucha contra el blanqueo de capitales y antiterrorismo.
- Política medioambiental y de sostenibilidad.
- Seguridad del producto y la seguridad.

Este código de conducta, junto con el Código de Ética del Grupo, 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 Avolta 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

El Grupo Avolta 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 Avolta.

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.

El Grupo Avolta 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 Avolta, éste se reemplazará, reembolsará o cambiará dentro de los 60 días posteriores de la compra.

Los canales oficiales de atención al cliente se pueden encontrar en la web <https://www.avoltaworld.com/en/travelers/customer-service> y ya sea mediante el chat online o mediante el envío de un correo electrónico, el cliente tiene la posibilidad de resolver las incidencias que se hayan producido. En el año 2024 en la Sociedad (incluyendo la sucursal de Kuwait) se recibieron un total de 4.012 reclamaciones (2.861 en 2023), por otro lado, se recibieron y resolvieron más de 8.000 solicitudes de información o requerimientos.

Las causas más comunes de las reclamaciones son las siguientes:

- 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.

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 la Sociedad en sus tiendas cumplen con los estándares de calidad y seguridad establecidos por las propias marcas (la compañía no realiza auditorías formales que determinen la calidad de los productos).

Comunicación al cliente

En sus iniciativas de publicidad y marketing, Avolta 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 la Sociedad a través del cumplimiento de sus obligaciones fiscales, relacionadas tanto con los impuestos pagados directamente por la empresa como con los recaudados de terceros, pero derivados de las actividades de la Sociedad, forma parte de la contribución a la sostenibilidad de las finanzas públicas y el desarrollo del entorno social donde opera.

La estrategia fiscal de la Sociedad 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 2024 una beneficio antes de impuestos de 56,8 millones de euros (13,2 millones de euros de pérdidas en el año 2023) . A 31 de diciembre de 2024 hay registrado un beneficio por impuesto de 17,9 millones por la estimación parcial del Tribunal Económico Administrativo del recurso que la Sociedad presento sobre la liquidación del ejercicio 2021 (véase nota 21 de la memoria), que está pendiente de cobro a fecha de formulación de las cuentas anuales.

La compañía no ha pagado nada en concepto de impuesto de beneficios en los ejercicios 2024 y 2023.

En lo referente a subvenciones públicas, en los ejercicios 2024 y 2023 la Sociedad no recibió subvenciones.

En cuanto a la sucursal de Kuwait, se generó en el ejercicio 2024 un beneficio antes de impuestos de 667 mil euros de euros (2,4 millones de pérdida en el ejercicio 2023), y no ha registrado en 2024 y 2023 gasto por impuesto de sociedades .La sucursal no pagó durante el año 2024 y 2023 cantidad alguna en concepto de impuesto de sociedades, ni ha recibido subvenciones durante los ejercicios 2024 y 2023.

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 | Página | Marco de Reporting | Comentarios / Razón de la omisión |
|-------------------|---|---|---|
| Modelo de negocio | Breve descripción del modelo de negocio del Grupo (entorno empresarial y organización) | 2-1 Detalles Organizacionales 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales. | Información relativa a estos indicadores está disponibles en el informe de gestión de la Sociedad |
| | Presencia geográfica | | |
| | Objetivos y estrategias de la organización | | |
| | Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución | | |
| 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 | 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 | 2-23 Compromisos y políticas | |

| | | | | |
|--|--|------------------------|---|--|
| | <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>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>4-7</p> <p>8-10</p> | <p>2-23 Compromisos y políticas</p> <p>2-23 Compromisos y políticas</p> | |
|--|--|------------------------|---|--|

Cuestiones medioambientales

| | | | | |
|------------------------|--|---|------------------------------|--|
| Gestión medioambiental | <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> | - | n.a. | No es un aspecto material debido a la naturaleza del negocio |
| | <p>Procedimientos de evaluación o certificación ambiental</p> | - | n.a. | La Sociedad no cuenta con una certificación ambiental |
| | <p>Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales</p> | - | n.a. | Al no considerarse riesgos ambientales derivados de la actividad de la Sociedad, no se tienen en cuenta recursos humanos ni económicos para ello |
| | <p>Aplicación del principio de precaución</p> | 4 | 2-23 Compromisos y políticas | Como firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la Sociedad se |

| | | | | | |
|--|---|-------|---|--|---|
| | | | | | 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 luminica) | 13-18 | n.a. | | La actividad de la Sociedad no genera ruido o contaminación luminica 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 | 13-18 | 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, promedio: 0,019 kg/bolsa. Pequeñas: 0.0078 Kg/bolsa Medianas: 0.0192 Kg/bolsa Grandes: 0.031 Kg/bolsa |
| | Acciones para combatir el desperdicio de alimentos | - | n.a. | | No es un aspecto material debido a la naturaleza del negocio |
| Uso sostenible de los recursos | Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales | 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: 1,23€/m³ 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 | 17-18 | 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; 1,44€/l Coste Kwh 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 | 17-18 | 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 |
| Cambio climático | 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 | 17-18 | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) 305-3 Otras Emisiones indirectas (Alcance 3) | 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 _{pes} : Gasóleo: 2.467 Electricidad (dato medio): 0.21 |
| | Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático; | 13-18 | 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 | | n.a. | No es un aspecto material debido a la naturaleza del negocio |

| | | |
|---|-------|------|
| Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas | 15-17 | 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 | 19 | | |
| Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo | 19-20 | | |
| Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional | 20 | 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 | Para el cálculo del promedio por tipología de contratos se ha calculado a través de la plantilla media |
| Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional | 21 | | Incluye despidos objetivos y disciplinarios |
| 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 | 21-22 | 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 | - | n.a. | Los miembros del Consejo de la Sociedad, tanto en el ejercicio 2024 como 2023, 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 | 21-22 | 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 |

Empleo

| | | | | | |
|--------------------------|---|-------|--|--|---|
| | pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción) por sexo | | | | ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo |
| | Implantación de políticas de desconexión laboral | 22 | | Marco interno: información cualitativa sobre los procedimientos llevados a cabo de desconexión laboral a los trabajadores | |
| | Empleados con discapacidad | 22 | | Marco interno: Información cuantitativa sobre los empleados con discapacidad | |
| | Organización del tiempo de trabajo | 22-23 | | Marco interno: información cualitativa sobre la organización del tiempo de trabajo | |
| Organización del trabajo | Número de horas de absentismo | 23 | | 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 | 23 | | Marco interno: Información cualitativa sobre medidas para la conciliación | |
| | Condiciones de salud y seguridad en el trabajo | 23-24 | | 403-3 Servicios de salud en el trabajo. | |
| Salud y seguridad | Número de accidentes de trabajo por sexo | 23 | | | Accidentes con baja en jornada laboral. No incluye accidentes <i>in itinere</i> . |
| | Tasa de frecuencia por sexo | 23 | | 403-3 Servicios de salud en el trabajo Marco interno: Información cuantitativa sobre accidentes, índice de frecuencia e índice de gravedad y enfermedades profesionales, totales y sus desgloses por género | Nº de procesos de contingencia profesional con baja, excluidos accidentes <i>in itinere</i> y recaídas, acaecidos durante la jornada de 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 | | | 24-25 | 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 | 2-30 Convenios 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 | | | 25-26 | Marco interno: Información cualitativa sobre medidas formativas |
| Formación | Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales. | | | 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 |

| | | | |
|----------|---|-------|--|
| Igualdad | Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres | 27-28 | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados Marco interno: Información cualitativa sobre medidas para promover la igualdad hombre-mujer |
| | 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 | 28 | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados Marco interno: Información cualitativa sobre normativa para la igualdad de género |
| | Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad | 22 | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados |
| | Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad | 27-28 | 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 |
|---|--------|---|-----------------------------------|
| Información sobre el respeto de los derechos humanos | 32-33 | 2-23 Compromisos y políticas 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes | |
| | 32-33 | 2-23 Compromisos y políticas 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes | |
| | 32-33 | Marco interno: número de denuncias recibidas vinculadas con la vulneración de derechos humanos | |

| | | | | |
|--|---|-------|--|--|
| | 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 | 24-25 | Marco interno: información cualitativa sobre políticas para promover y cumplir las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) | |
|--|---|-------|--|--|

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 |
|---|--|--|---|
| Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno | Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno | 2-23 Compromisos y políticas 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes | |
| | Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales | Marco interno: Información cualitativa sobre medidas para la lucha contra el blanqueo de capitales | 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 |
| Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro | 11-12 | Marco interno: información cuantitativa sobre aportaciones a fundaciones y entidades no lucrativas e información cualitativa relacionada | |

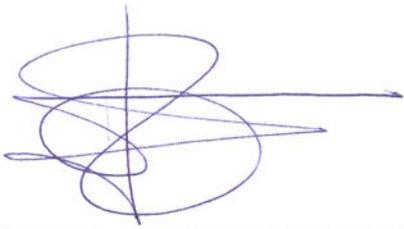
Información sobre la sociedad

| V. Información sobre la sociedad | Página | Marco de Reporting | Comentarios / Razón de la omisión |
|--|--|---|-----------------------------------|
| Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible | Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local | Marco interno: Información cualitativa y cuantitativa sobre la relación con las comunidades locales y el impacto de la actividad en la sociedad | |
| | Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio | | |

| | | | | |
|-------------------------------|--|-------|---|--|
| | Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos | 34 | | |
| Subcontratación y proveedores | Acciones de asociación o patrocinio | 12 | 2-28 Afiliación a asociaciones | |
| | Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales | 35 | Marco interno: Información cualitativa del proceso de compras y evaluación de las mismas respecto a protocolos y políticas internas | |
| | Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental | 35 | | No se han desarrollado auditorías a los proveedores por no haberse detectado casos de incumplimiento |
| | Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas | - | | |
| Consumidores | Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores | 36-37 | 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 | |
| | Sistemas de reclamación | 36-37 | 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 | |
| | Quejas recibidas y resolución de las mismas | 36-37 | Marco interno: número de quejas y reclamaciones resueltas | |
| | Beneficios obtenidos país por país | 38 | Marco interno: información cuantitativa sobre los beneficios en España y la sucursal de Kuwait | |
| | Impuestos sobre beneficios pagados | 38 | Marco interno: información cuantitativa sobre los impuestos sobre beneficios pagados en España y la sucursal de Kuwait | |
| Información fiscal | Subvenciones públicas recibidas | 38 | Marco interno: información cuantitativa sobre subvenciones públicas recibidas | |

WORLD DUTY FREE GROUP, S.A.U.
Formulación de Cuentas Anuales del Ejercicio 2024

Reunidos los Administradores de la Sociedad World Duty Free Group, S.A.U con fecha 23 de junio de 2025 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 2024 y el 31 de diciembre de 2024 recogidos en las páginas anteriores.



Dña. Isabel Zarza García
Presidente



D. Jose Manuel Rodriguez-Caro
Consejero



D. Luis Marín Más-Sardá
Consejero