

**ADOLFODOMINGUEZ**

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA  
2024/2025

## Índice de contenidos

1. INFORMACIÓN GENERAL .....	4
1.1 Principios de preparación .....	4
Bases generales para la elaboración del Estado de Información no Financiera.....	4
1.2 Gobernanza .....	6
El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión .....	6
Integración del rendimiento relacionado con la sostenibilidad en sistemas de incentivos .....	7
1.3 Estrategia .....	8
Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor .....	8
1.4 Análisis de doble materialidad .....	16
Descripción de los procesos para determinar impactos, riesgos y oportunidades materiales .....	16
Asuntos ESG materiales .....	18
2. AMBIENTAL .....	19
2.1 CAMBIO CLIMÁTICO.....	19
Políticas relacionadas con la mitigación y adaptación al cambio climático.....	19
Adopción de medidas relacionadas con el cambio climático .....	20
Taxonomía.....	22
Consumo de energía y combinación energética.....	25
Emisiones brutas de GEI de los alcances 1, 2, 3 y emisiones de GEI totales .....	26
2.2 CONTAMINACIÓN .....	29
Políticas relacionadas con la contaminación .....	29
Adopción de medidas relacionadas con la contaminación.....	29
Contaminación del aire .....	30
2.3 RECURSOS HÍDRICOS.....	31
Políticas relacionadas con los recursos hídricos .....	31
Adopción de medidas relacionadas con los recursos hídricos.....	31
Consumo de agua.....	32
2.4 BIODIVERSIDAD Y ECOSISTEMAS .....	33
Políticas relacionadas con la biodiversidad .....	33
Adopción de medidas relacionadas con la biodiversidad .....	33
2.5 USO DE RECURSOS Y ECONOMÍA CIRCULAR.....	35
Políticas relacionadas con el uso de recursos y la economía circular.....	35
Adopción de medidas relacionadas con el uso de recursos y la economía circular .....	35
Entrada de recursos .....	39
Salida de recursos .....	40
3. SOCIAL.....	42
3.1 TRABAJADORES.....	42
Políticas relacionadas con los trabajadores.....	42
Canales para que los trabajadores expresen sus inquietudes.....	43

---

Adopción de medidas relacionadas con los trabajadores .....	43
Características de los trabajadores.....	48
Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social .....	51
Personas con discapacidad .....	52
Parámetros de formación y desarrollo de capacidades.....	52
Parámetros de salud y seguridad.....	52
Parámetros de conciliación laboral.....	53
Parámetros de retribución (brecha salarial y retribución total) .....	53
3.2 PROVEEDORES .....	56
Políticas relacionadas con los proveedores .....	56
Canales para que los proveedores expresen sus inquietudes.....	56
Adopción de medidas relacionadas con los proveedores textiles.....	56
3.3 COMUNIDAD LOCAL.....	59
Políticas relacionadas con la comunidad local.....	59
Canales para que la comunidad local exprese sus inquietudes.....	59
Adopción de medidas relacionadas con la comunidad local .....	59
3.4 CLIENTES .....	62
Políticas relacionadas con los clientes .....	62
Canales para que los clientes expresen sus inquietudes .....	62
Adopción de medidas relacionadas con los clientes .....	64
4. CONDUCTA EMPRESARIAL .....	69
Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa.....	69
Prevención y detección de la corrupción y el soborno.....	71
Protección de datos y ciberseguridad.....	72
Prácticas de pago .....	73
Información fiscal.....	73
ANEXO I. Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018.....	75
ANEXO II. Tablas de reporte de Taxonomía.....	86
ANEXO III. Informe de verificación independiente .....	91

# 1. INFORMACIÓN GENERAL

## 1.1 Principios de preparación

### Bases generales para la elaboración del Estado de Información no Financiera

El Estado de Información no Financiera (en adelante el informe) ha sido elaborado por la dirección de Adolfo Domínguez (en adelante Adolfo Domínguez, la Compañía o el Grupo) en cumplimiento con lo establecido por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, de Información No Financiera y de Diversidad y forma parte del Informe de Gestión Consolidado correspondiente al ejercicio iniciado el 1 de marzo de 2024 y finalizado el 28 de febrero de 2025. En su elaboración se han seguido los requisitos establecidos por la Ley 11/2018, tomando como referencia los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI) seleccionados.

La información no financiera y de diversidad contenida en este informe ha sido verificada de forma independiente por Forvis Mazars; cuyo informe de verificación independiente se presenta al final del presente documento.

Salvo mención expresa por razones de materialidad o relevancia, la información incluida en el presente informe hace referencia a todas las sociedades que componen el perímetro de la contabilidad financiera del Grupo. La actividad principal de las sociedades dependientes extranjeras es la explotación de locales comerciales en Francia, Japón, México y Portugal, para la comercialización de los productos destinados a dichos países.

Grupo Adolfo Domínguez, S.A.

Adolfo Domínguez, S.A.

Tormato S.A. de C.V. (México)	Trespas S.A. de C.V. (México)	Adolfo Domínguez (Portugal) Moda Lda.	Adolfo Domínguez Japan Company Lda.	Adolfo Domínguez S.A.R.L. (Francia)	Adolfo Domínguez Shangai Co. Ltd.
--	-------------------------------------	--	--	--	--

Durante este ejercicio se ha actualizado el análisis de materialidad, implementando un análisis de doble materialidad exhaustivo para identificar los impactos, riesgos y oportunidades que son relevantes para sus operaciones, sus relaciones comerciales y su cadena de valor. El contenido del Estado de Información no Financiera ha sido seleccionado considerando los resultados de dicho análisis.

Este análisis considera de manera integral los impactos, riesgos y oportunidades del Grupo a través de sus relaciones de negocio directas e indirectas en fases anteriores y posteriores de su cadena de valor. En concreto, se han identificado cuestiones materiales relacionadas con el abastecimiento de materias y productos (cadena de valor ascendente), los trabajadores de las subcontratas que realizan su función en las operaciones del Grupo (cadena de valor descendente), así como los colectivos afectados y usuarios finales de los productos.

## 1.2 Gobernanza

### El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión

El Consejo de Administración de la Compañía se compone de la siguiente manera:

- 7 miembros (57% hombres, 43% mujeres).
- 2 miembros ejecutivos y 5 no ejecutivos.
- 43% de miembros independientes.

Adriana Domínguez González: Presidenta ejecutiva Presidenta de la comisión de Estrategia Digital	Valeria Domínguez González: Consejera Externa Dominical Vocal de la Com. De Nombramientos y Retribuciones Vocal de la Comisión de Estrategia Digital
Antonio Puente Hoces: Consejero delegado Vocal de la comisión de Estrategia Digital	Rafael Prieto Martín: Consejero Externo Independiente Presidente de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones Vocal de la Comisión de Auditoría
Jose Luis Sáinz Díaz: Consejero Externo Independiente Vicepresidente y consejero Coordinador Presidente Comisión de Auditoria Vocal de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones	Diana Morato Feliciano: Consejera Externa Independiente Vocal de la Comisión de Nombramientos y retribuciones Vocal de la Comisión de Auditoría Vocal de la Comisión de Estrategia Digital
Adolfo Domínguez Fernández: Consejero Externo Dominical	

El Consejo de Administración de la Compañía está integrado por 7 miembros: 4 hombres y 3 mujeres, manteniendo su estructura e integrantes respecto al ejercicio anterior. Adolfo Domínguez, con el 43% de mujeres en su Consejo de Administración, supera así en 3 puntos porcentuales, tanto el rango de igualdad fijado en el Código de Buen Gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), como el objetivo establecido para el género menos representado en el seno de los consejos de administración de las sociedades cotizadas previsto en la Ley Orgánica 2/2024, de 1 de agosto, de representación paritaria y presencia equilibrada de mujeres y hombres, que transpone la Directiva (UE) 2022/2381 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de noviembre de 2022, relativa a un mejor equilibrio de género entre los administradores de las sociedades cotizadas y a medidas conexas.

El Consejo de Administración:

- es el máximo responsable de la representación, administración, dirección, gestión y control de la Compañía. A él corresponde el establecimiento de sus directrices, políticas y estrategias generales. Vela además por los intereses de accionistas, trabajadores, clientes y demás grupos de interés.
- delega la gestión ordinaria en los Consejeros Ejecutivos que reciben apoyo del Comité de Dirección, compuesto por: Director corporativo de Sostenibilidad e Impacto Positivo, Director

corporativo de Talento y Cultura, Directora corporativa de Supply Chain y Logística, Director Corporativo Financiero, Directora Corporativa de Legal, Auditoría Interna, Directora corporativa de Retail, Director corporativo de IT, Directora corporativa de Producto y Directora corporativa de Márketing y Comunicación.

- delega la gestión ordinaria y representación de los empleados en los Consejeros Ejecutivos de la Compañía que a su vez se apoyan en el director corporativo de Talento y Cultura.
- cuenta con tres comisiones, dos de supervisión y control (Comisión de Auditoría, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones) y una comisión consultiva (Comisión de Estrategia Digital).
- el Consejo de Administración delega la supervisión y control de la información no financiera o de sostenibilidad a la Comisión de Auditoría, en el resto de las cuestiones de sostenibilidad es competente directamente el Consejo de Administración. En cualquier caso, el Consejo De Administración cuenta con el apoyo de la Dirección Corporativa de Sostenibilidad e Impacto Positivo, que reporta directamente al Consejero Delegado.

Cabe destacar que la Comisión de Auditoría en junto con la Comisión de Nombramientos y Remuneraciones se encuentran actualizando el programa formación del Consejo de Administración, para incluir conocimientos en materia de sostenibilidad.

## **Integración del rendimiento relacionado con la sostenibilidad en sistemas de incentivos**

El Grupo ofrece un sistema de incentivos a los miembros de los órganos de administración, dirección y control vinculados a las cuestiones de sostenibilidad:

- el Consejo de Administración de la Compañía celebrado el 31/05/2022 aprobó, a propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, implantar y poner en marcha un nuevo Plan de Retribución Variable a largo plazo para los ejercicios 2022-2024 dirigido a determinados directivos clave, con el objetivo de promover la rentabilidad, la sostenibilidad y la creación de valor a largo plazo de la Compañía.
- los objetivos para la determinación de estos incentivos se basan en parámetros de carácter financiero y operativo, métricas de creación de valor y otras métricas no financieras como indicadores de sostenibilidad.

## 1.3 Estrategia

### Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor

La actividad de Adolfo Domínguez se centra en el diseño y venta de ropa y accesorios prêt-à-porter para mujeres y hombres. Además, distribuye perfumes y eyewear bajo licencia. El grupo opera con un modelo de negocio combinado de tiendas físicas propias, franquicias y venta *online* gestionada desde sus servicios centrales, ubicados en Galicia (Ourense).

El modelo de negocio de la Compañía integra las siguientes operaciones:

- Centros logísticos: se gestiona la recepción de mercancía y las entregas, ya sea a los puntos de venta físicos, como a clientes de venta online.
- Servicios centrales (SSCC).
- Puntos de venta: la red comercial se divide entre tiendas físicas propias, franquicias, tiendas multidepartamentales, *marketplaces* y venta *online* extendidas por todo el territorio nacional e internacional.

La estrategia general de Adolfo Domínguez se relaciona con cuestiones de sostenibilidad, basándose en tres pilares:

- compromiso con la sostenibilidad: se trabaja desde el ejercicio 2020 bajo las directrices marcadas por su Plan de Impacto Positivo (PIP). Este plan, transversal para crear valor económico, social y medio ambiental, se centra en la mejora continua de los procesos dentro de la organización para colaborar con el desarrollo sostenible, mitigar los impactos ambientales y sociales.
- omnicanalidad y servitización: Adolfo Domínguez es una marca comprometida con la satisfacción de sus clientes y con ofrecer el mejor diseño y calidad en sus prendas. La marca llega a sus clientes a través de distintos canales de distribución y la apuesta por la innovación, la tecnología y la satisfacción al cliente se ha convertido en el eje central para transmitir los valores de marca, cada vez más comprometidos por la sostenibilidad y la excelencia en el servicio.
- transformación digital: la Compañía apuesta por una transformación digital integral, con impacto en todos sus procesos de negocio.

En el Plan de Impacto Positivo de la Compañía han establecido los siguientes objetivos relacionados con la sostenibilidad:

Área de impacto	PIP	Proyecto	Objetivo
Gobernanza	Compromiso, rigor y transparencia	Gobernanza de sostenibilidad	Supervisión de los avances ESG por el consejo de administración
		Políticas públicas	Revisión de las políticas internas para adaptarlas a criterios ESG

Medio ambiente	Materias primas más sostenibles	Plan de materias primas	Producto con materias primas y fibras sostenibles
	Eficiencia y circularidad en operaciones propias	Minimización de consumo energético y emisiones	Mejora de la eficiencia energética en SSCC y en tiendas
		Circularidad del packaging y otros materiales	Reducir el consumo de recursos naturales vírgenes
			Mejorar en la segregación de residuos
	Plan de movilidad sostenible	Mejorar la flexibilidad y gestión del tiempo de trabajo.	
Medición de impacto, integración en sistemas y reporting	Medición del impacto ambiental de la cadena de valor	Implementación de un sistema de gestión medioambiental acorde con la ISO14001.	
Clientes	Laboratorio de nuevos Modelos de negocio	Pilotos y experimentación en nuevos modelos de negocio	Desarrollo de otros modelos de negocio.
Comunidad	Proveedores aliados en sostenibilidad	Actualización de requisitos de buenas prácticas	Revisar los criterios sociales, ambientales y de seguridad y salud de proveedores.
		Desarrollo de nuevas alianzas con proveedores	Revisar los criterios para seleccionar Nuevos proveedores
	Trazabilidad de la cadena de suministro	Plan de trazabilidad	Registrar las fábricas de producción
	Redes y alianzas para la innovación y el cambio sistémico	Colaboraciones en líneas de trabajo estratégicas	Colaboración en proyectos Estratégicos del sector textil
		Presencia en foros relevantes	Asistir a congresos relevantes de sostenibilidad
Empleados	Gobernanza, integración y cultura de sostenibilidad	Implicación de los empleados en la visión y valores de la marca	Introducción de mejoras en el entorno de trabajo
		Formación e implicación continua de empleados	Programación espacios de formación y diálogo en sostenibilidad
		Acción social	Realización donaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

Desde su aprobación por parte de la ONU en septiembre de 2015, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se han consolidado como un estándar global para evaluar el compromiso de las empresas en relación con la sociedad y el medio ambiente. Adolfo Domínguez continúa trabajando con aquellos ODS que se vinculan más directamente con su actividad: ODS 3 Salud y bienestar; ODS 4 Educación de calidad; ODS 5 Igualdad de género; ODS 6 Agua limpia y saneamiento; ODS 7 Energía asequible y no contaminante; ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico; ODS 10 Reducción de las desigualdades; ODS 12 Producción y consumo responsables; ODS 13 Acción por el clima; ODS 15 Vida de ecosistemas terrestres; ODS 16 PAZ, Justicia e instituciones sólidas; ODS 17 Alianzas para lograr los objetivos.

Adicionalmente, con su adhesión al Pacto Mundial, la Compañía acepta los 10 Principios de Pacto Mundial basados en el respeto a los derechos humanos, normas laborales, medioambiente y transparencia en sus actividades y operaciones, reportando anualmente las acciones y políticas que la empresa lleva a cabo para cumplir con estos principios.

Durante el ejercicio 2024/2025, Adolfo Domínguez ha obtenido reconocimientos que reflejan su compromiso con la integración de criterios ESG en su estrategia y modelo de negocio, debido el desarrollo de iniciativas vinculadas con sostenibilidad ambiental, compromiso con la comunidad y transparencia en la gestión:

- Adolfo Domínguez se ha convertido en la mayor marca de moda textil en España en obtener la certificación *B Corp*, obteniendo una puntuación de 90,6 puntos sobre 100, lo que reafirma su compromiso con los más altos estándares de sostenibilidad, responsabilidad social y transparencia.  
Este hito fue posible gracias al trabajo de todas las direcciones corporativas de la Compañía, e incluyó la aprobación, en la Junta General de Accionistas de mayo de 2024, de la integración de la calidad de los productos, el respeto al medioambiente y a las personas como parte fundamental de la misión y propósito de la empresa.
- Adolfo Domínguez ha obtenido el distintivo *Great Place to Work*. Uno de los aspectos que evalúa este reconocimiento es el estilo de liderazgo, algo en lo que la Compañía ha trabajado durante el último año y que impacta directamente en la credibilidad, el respeto y la imparcialidad percibidos por el equipo humano. También mide el orgullo de pertenecer a la Compañía y la camaradería entre equipos, aspectos en los que se ha obtenido resultados especialmente positivos.  
Este distintivo impulsa a seguir trabajando para garantizar que todas las personas que forman parte del Grupo se sientan escuchadas, valoradas y con posibilidades reales de desarrollo.
- la Compañía ha sido reconocida por su desempeño en materia de sostenibilidad al ser incluida en el ranking Merco Responsabilidad ESG (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa). Este ranking muestra a las empresas más destacadas en términos de responsabilidad ambiental, social y de gobernanza, y se basa en encuestas a diversos grupos de interés, que evalúa a las empresas en función de su desempeño ESG.

Principales mercados en los que opera Adolfo Domínguez:

- España
- México
- Portugal

AD en cifras		2024/2025	2023/2024
Puntos de venta		371	360
Países con presencia		29 <sup>1</sup>	24
Facturación Total		136,5 MM €	126,7 MM €
Facturación por geografía o por canal	Europa	100,1 MM €	89,9 MM €
	México	24,9 MM €	24,1 MM €
	Japón	4,8 MM €	5,5 MM €
	Internacional	6,7 MM	7,2 MM €
Ventas Totales <sup>2</sup>	Europa	73,3%	71,0 %
	México	18,3%	19,0 %
	Japón	3,5%	4,3 %
	Internacional	4,9%	5,7 %
% Venta online sobre facturación		14,57%	12,50%
Nº Prendas diseñadas/fabricadas		2.349	2.281
Nº proveedores		97	96

Principales riesgos identificados y planes de acción:

Adolfo Domínguez cuenta con un Sistema de Gestión de Riesgos que sigue una metodología alineada con el marco internacional COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway) Enterprise Risk Management (ERM) – 2017. Esta metodología sigue una estructura cíclica sustentada en 5 fases:

- identificar los eventos de riesgo.
- evaluar y priorizar los riesgos en base a su criticidad.
- determinar planes de mitigación e indicadores de riesgo.
- monitorizar los riesgos de forma periódica.
- informar y comunicar a los grupos de interés.

La herramienta principal para reflejar la evaluación de los Riesgos en el Grupo es el Mapa de Riesgos. El proceso de evaluación consiste en la priorización de los riesgos en función de su impacto y de su probabilidad de ocurrencia. Tras la identificación de los riesgos clave, se adoptan planes de mitigación

<sup>1</sup> Adolfo Domínguez tiene 29 países con presencia de tiendas físicas. Adicionalmente la Compañía está presente en 22 países gracias al canal online. La presencia total on+offline es de 51 países.

<sup>2</sup> Se han ajustado los datos de ventas totales de 2023/2024, para representar la proporción de las ventas en cada geografía.

o acciones para que éstos se sitúen por debajo de los niveles de riesgo o tolerancia aceptables establecidos por el Consejo de Administración.

Los planes de mitigación cuentan con medidas necesarias para reducir la valoración de los riesgos asociados, que son monitorizados para asegurar que se están cumpliendo en función de las fechas establecidas.

La dirección de Adolfo Domínguez es responsable de liderar, implantar, transmitir y gestionar la estrategia y recursos que constituyen el Sistema de Gestión de Riesgos; aplicable a todo el grupo empresarial.

Riesgos		Planes de mitigación
Riesgos ambientales	Riesgos climáticos de transición, aquellos derivados de la regulación en materia de sostenibilidad, cada vez más estricta, con posible impacto en la operativa.	Monitorización de consumos y emisiones.
		Plan de transición para la mitigación del cambio climático con las metas de reducción de las emisiones de GEI y explicación de como las metas de la empresa son compatibles con la limitación del calentamiento global a 1,5 °C del Acuerdo de París.
Riesgos financieros	Riesgos de liquidez	Estudio de venta de activos inmobiliarios
		Nuevas vías de financiación que permitirían la obtención de liquidez adicional a lo previsto.
Riesgos de entorno	Impacto de la situación actual de desestabilidad política mundial y las posibles consecuencias que pueden provocar en la Compañía.	Informes periódicos sobre la situación sociopolítica para poder actuar con la rapidez necesaria.
	Caída del consumo	Planes para aumentar la notoriedad de la marca y la fidelización de los clientes.
	Cambios normativos que impactan en el marco legal en el que opera Adolfo Domínguez	Medidas para poder conocer y aplicar las novedades legislativas que afecten a la operativa de la Compañía.
Riesgos de gobierno y operativos	Gestión de talento y capacitación y dimensionamiento de la Compañía	Mejora de los procesos internos de selección, <i>onboarding</i> y evaluación
		Análisis de la estructura de la Compañía para alinearse con las mejores prácticas del sector
		Fomento de una cultura alineada con el propósito y objetivo de la Compañía a través de planes concretos con las área y programas de liderazgo.
	Gestión de la cadena de suministro	Exploración de nuevas vías de transporte y rutas

		Planes de trazabilidad y transparencia de las materias primas
Riesgos tecnológicos	Posibles fallos en la infraestructura logística	Se están adoptando medidas para optimizar el centro logístico
	Gobierno del dato y uso de la información	Medidas para mejorar el gobierno y la seguridad de los principales datos de la Compañía.

Políticas vinculadas a cuestiones de sostenibilidad:

La Compañía asume el compromiso de cumplir con la normativa aplicable, así como de adoptar el principio de precaución y las mejores prácticas y estándares internacionales en materia de prevención y control. Por todo ello y con el fin de promover la cultura de excelencia y cumplimiento en la Compañía, se establecen y actualizan las políticas, protocolos y documentos internos y se ponen a disposición de todo el personal. El Comité de Ética vela por su cumplimiento de estos documentos.

Adolfo Domínguez cuenta con la Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto Positivo para abordar las cuestiones de sostenibilidad. Esta política incluye los siguientes principios:

- Principio 1: Respeto a los Derechos Humanos.
- Principio 2: Protección integral de la Naturaleza.
- Principio 3: Circularidad, durabilidad y conservación de los recursos.
- Principio 4: Cambio Climático.
- Principio 5: Compromiso con el bienestar animal.
- Principio 6: Transparencia y trazabilidad.
- Principio 7: Responsabilidad fiscal.
- Principio 8: *Compliance* y prevención de la corrupción y el soborno

La Compañía cuenta con otras políticas e instrumentos de gestión propios para abordar los aspectos ambientales, sociales y relativos al personal. A lo largo del presente informe se mencionan y detallan, especificando pertinentemente sus resultados.

Relación con los principales grupos de interés:

Adolfo Domínguez considera grupos de interés a aquellos individuos o grupos sociales que se ven afectados por sus actuaciones. La Compañía identifica los siguientes grupos de interés:

<p><b>Clientes</b></p> <p>Los clientes son el eje fundamental sobre el que se mueve el modelo de negocio. Día a día se trabaja para mantener la satisfacción de los clientes, ofreciéndoles productos de moda de autor con la mejor calidad mediante la atención personalizada.</p>
<p><b>Empleados</b></p> <p>Los empleados son un elemento fundamental para el crecimiento sostenible de la empresa. Conseguir crear un equipo humano competitivo y motivado, potenciar la formación, la retención y promoción del talento, y la flexibilidad son algunos de los factores que nos permiten crecer de la mano de profesionales.</p>

<p><b>Proveedores</b></p> <p>La elección de nuestros proveedores nos permite alcanzar el compromiso con los clientes. Una cadena de suministro ética, responsable y de colaboración conjunta para ofrecer a los clientes los mejores productos.</p>
<p><b>Accionistas e inversores</b></p> <p>La Compañía se compromete con sus accionistas e inversores en la gestión de la empresa con transparencia y en mantener canales de comunicación continua. A través de la página web corporativa los accionistas disponen de toda la información pública de la compañía. El Informe de Gobierno Corporativo recoge anualmente la información relevante para este grupo de interés. Además, el departamento de Relación con Inversores mantiene comunicación constante con los accionistas minoritarios, a través de reuniones semestrales posteriores a la publicación de resultados donde se exponen las principales variables financieras destacadas.</p>
<p><b>Franquiciados</b></p> <p>Los franquiciados son una parte fundamental del modelo de negocio de Adolfo Domínguez, y se mantiene una comunicación continua con este grupo de interés mediante visitas, formación al franquiciado, canal interno y showroom AD. Las preocupaciones de los franquiciados son diversas y la firma se compromete a hacerlas suyas: formación del personal, elección de espacios, ayuda para la puesta en marcha, asesoramiento y apoyo en el punto de venta.</p>
<p><b>Comunidad local y sociedad civil</b></p> <p>Integración de los asuntos relevantes para la sociedad en objetivos y estrategias empresariales. Participación con organizaciones de la sociedad civil que crea valor para el conjunto de la sociedad y el entorno.</p>

De acuerdo con su Política de Comunicación Corporativa, Adolfo Domínguez define anualmente un Plan de Comunicación Corporativa para los grupos de interés, tanto internos como externos, con los que se relaciona. Dicha política establece pautas para desarrollar acciones de comunicación:

- Elaborar informaciones con autenticidad y transparencia.
- Abogar por la mayor amplitud y precisión posible en la información.
- Crear mensajes accesibles para los públicos y grupos de interés a los que se dirige.
- Seguir las normas rectoras de una marca de moda de autor y una empresa cotizada.

En cuanto a la comunicación corporativa con grupos de interés externos, se establecen los siguientes canales:

- Página web corporativa ([www.adolfodominguez.com](http://www.adolfodominguez.com)).
- Newsletters sobre la actualidad de Adolfo Domínguez.
- Otros canales y formatos: Notas de prensa elaboradas y difundidas internamente o en colaboración con terceros; Ruedas de prensa; Entrevistas con los principales portavoces de la Compañía; Perfiles corporativos del grupo en redes sociales.

Adicionalmente, en cada comunicación publicitaria y de marketing se garantiza el cumplimiento de la legalidad en las distintas comunicaciones relativas a actividades promocionales de venta, y se asegura que todos los lineamientos generales mencionados anteriormente se cumplen.

**Principales características de la cadena de valor:**

La Compañía opera con un modelo combinado de tiendas físicas propias, tiendas franquiciadas y venta *online* gestionada desde sus servicios centrales, y optimiza sus procesos de producción y logística mediante sus proveedores. Todos los equipos profesionales que hacen posible el ciclo del producto, desde los diseñadores hasta los equipos propios y de proveedores de gestión, logística o comunicación y ventas.

**Fase ascendente**

Las operaciones ascendentes de la cadena de valor del Grupo abarcan la gestión de proveedores, las compras y el transporte, y garantizan un suministro fiable de insumos: Abastecimiento de materias primas, Manufactura, Transporte.

**Operaciones propias**

Gestión de personal propio, funciones corporativas, estrategia de la Compañía, auditoría interna.

**Fase descendente**

La cadena de valor descendente incluye la gestión de pedidos, el almacenamiento y el transporte, así como la entrega puntual de los productos y la satisfacción del cliente: Almacenamiento, Gestión de pedidos, Distribución, Consumo y uso final.

La cadena de suministro ascendente determinará la cantidad de oferta disponible, mientras que la cadena de suministro descendente es indicativa de la demanda.

## 1.4 Análisis de doble materialidad

### Descripción de los procesos para determinar impactos, riesgos y oportunidades materiales

Adolfo Domínguez ha implementado un análisis de doble materialidad exhaustivo para identificar los impactos, riesgos y oportunidades que son relevantes para sus operaciones, sus relaciones comerciales y su cadena de valor. Este análisis se ha realizado siguiendo las bases de la Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo de diciembre de 2022, así como las recomendaciones de la guía de implementación del EFRAG IG 1 Materiality Assessment.

La metodología de doble materialidad llevada a cabo incluye la participación de los grupos de interés, a través de interlocutores internos expertos, durante las fases 2 y 3 del proceso de materialidad, quienes aportan una visión informada y alineada con las mejores prácticas normativas. Esto ha permitido validar la relevancia de los temas identificados y asegurar que las expectativas y preocupaciones de los grupos de interés estén reflejadas en el análisis, garantizando así, una perspectiva integral y contextualizada sobre los impactos, riesgos y oportunidades.

Respecto al proceso de toma de decisiones en sostenibilidad y los procedimientos de control interno, estos están integrados en la estructura de gobierno corporativo de la Compañía. Los resultados del análisis de materialidad han sido revisados y aprobados por el Comité de Dirección de Adolfo Domínguez, que valida y supervisa los controles para asegurar que los temas materiales se reflejen en las decisiones estratégicas. Esta integración permite una gestión coordinada y rigurosa de los riesgos y oportunidades, alineada con los objetivos corporativos.

El análisis de doble materialidad ha seguido un enfoque estructurado en cuatro fases principales:



#### Fase 1. Análisis del Contexto

En primer lugar, la fase de comprensión del contexto se enfoca en el análisis exhaustivo del entorno operacional de Adolfo Domínguez, abarcando tanto su cadena de suministro (ascendente) como sus actividades de servicios (descendente). Este análisis permite entender el ecosistema en el que opera el Grupo, identificando los grupos de interés pertinentes, las actividades, productos y servicios que componen su modelo de negocio, así como los actores y factores externos que pueden influir en sus operaciones. Este contexto proporciona una base sólida para identificar de manera efectiva los impactos de la Compañía en los ámbitos ambiental, social y de gobernanza.

#### Fase 2. Identificación de IRO (Impactos, Riesgos y Oportunidades)

En esta etapa, se desarrolló una lista exhaustiva de impactos, riesgos y oportunidades preliminares, tanto actuales como potenciales. La identificación de los IRO se basó en los temas de sostenibilidad definidos en los estándares ESRS del EFRAG, complementados con elementos específicos detectados a través de análisis de información interna, de la competencia y de estándares sectoriales y de sostenibilidad, así como entrevistas con expertos internos.

### Fase 3. Evaluación de IRO

La tercera fase, evaluación y determinación de la materialidad, se basó en la aplicación de dos perspectivas de análisis para cuantificar y priorizar los impactos, riesgos y oportunidades identificados: la materialidad de impacto y la materialidad financiera.

- en la materialidad de impacto, se evaluó los efectos que las actividades de la Compañía pueden tener sobre el entorno y los grupos de interés. La evaluación se realizó en función de la severidad (gravedad, alcance y posibilidad de reparación) y la probabilidad de los impactos, estableciendo criterios de priorización en función de estos parámetros. Respecto a los impactos negativos, se dio prioridad a aquellos relacionados con Derechos Humanos, considerándolos materiales cuando presentaban una alta severidad, sin importar su probabilidad.
- en la materialidad financiera, se analizó la probabilidad y magnitud de los efectos financieros que los riesgos y oportunidades identificados pueden tener sobre el desempeño y la posición económica de la Compañía. Este análisis incluyó la evaluación de la afectación en los resultados financieros, la posición de balance, el flujo de caja y el acceso a la información. Los riesgos y oportunidades materiales en esta categoría se priorizaron en función de su potencial para afectar significativamente los resultados financieros y el valor de Adolfo Domínguez para los inversores.

### Fase 4. Cuestiones ESG materiales

En la fase final, los IRO materiales resultantes de las evaluaciones de impacto y financiera se integraron en una lista final de temas (Asuntos ESG) prioritarios. La consolidación se presenta en el siguiente cuadro de doble materialidad, diferenciando las Asuntos ESG materiales en dos ejes: impacto en la sociedad y medioambiente, y efecto financiero para la Compañía. Este enfoque ha permitido priorizar aquellos temas que son críticos tanto para el entorno como para el negocio, asegurando que sean abordados en la estrategia y en el reporte de sostenibilidad.

## Asuntos ESG materiales

Bloque	Asuntos ESG materiales	Impacto	Riesgo	Oportunidad	Operaciones propias / Cadena de valor
Ambiental	Adaptación y mitigación al cambio climático	☑	☑	-	Ambas
	Energía	-	☑	☑	Ambas
	Cuidado y protección de los recursos naturales y de los ecosistemas <sup>3</sup>	☑	☑	☑	Cadena de valor
	Economía circular <sup>4</sup>	☑	☑	☑	Ambas
Social	Condiciones de trabajo de los trabajadores directos	☑	☑	☑	Operaciones propias
	Desarrollo y formación del talento	☑	☑	☑	Operaciones propias
	Empleo seguro	-	☑	☑	Operaciones propias
	Aspectos sociales de la relación con proveedores y franquiciados	☑	☑	☑	Cadena de Valor
	Impacto en la comunidad	-	-	☑	Ambas
	Calidad del servicio y satisfacción del consumidor	☑	-	-	Operaciones propias
Gobernanza	Cultura corporativa y compromiso político <sup>5</sup>	☑	☑	☑	Operaciones propias
	Corrupción y soborno	-	☑	-	Operaciones propias
	Gestión de las relaciones con los proveedores	-	☑	☑	Operaciones propias
	Privacidad y seguridad de la información	-	☑	☑	Operaciones propias

<sup>3</sup> Incluye Agua, Contaminación y Biodiversidad.

<sup>4</sup> Incluye entrada y salida de los recursos relacionados con productos, y residuos.

<sup>5</sup> Contiene protección de los denunciantes.

## 2. AMBIENTAL

### 2.1 CAMBIO CLIMÁTICO

#### **Políticas relacionadas con la mitigación y adaptación al cambio climático**

En la Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto Positivo, la Compañía se compromete a implementar y mantener sistemas de gestión ambiental que prevengan y minimicen el impacto que las actividades puedan causar sobre el medio ambiente, de acuerdo con un Sistema de Gestión Medio Ambiental basado en la norma UNE-EN ISO 14001. La Compañía cuenta con la certificación del Sistema de Gestión ISO 14001:2015 en las instalaciones de Ourense y abarcando el alcance de diseño, planificación y control de fabricación, comercialización y distribución de prendas y complementos para vestir y para el hogar.

La Compañía se involucra para asegurar el cumplimiento de los requisitos legales en materia ambiental en los países en los que opera, considerando los riesgos ambientales derivados de su negocio. Se establecen medidas para evitar y corregir estos riesgos, incluyendo las situaciones de emergencia potenciales como incendios, lesiones, derrames, etc. En este sentido, se dispone de una póliza de responsabilidad civil que cubre contingencias ambientales en España, Portugal y Francia.

El impacto ambiental de la Compañía deriva, principalmente:

- de la generación de residuos,
- del proceso de obtención y tratamiento de las fibras y materias primas,
- de las emisiones atmosféricas asociadas al cambio climático provocadas por el consumo eléctrico y del transporte de mercancías.

Los servicios centrales del Grupo cuentan con una dirección corporativa de Sostenibilidad e Impacto Positivo y un departamento integrado por 6 personas, encargado de la gestión sostenible de los recursos e impactos de la Compañía.

Tal y como se detalla en la memoria de las Cuentas Anuales Consolidadas de Adolfo Domínguez, excepto por los gastos incurridos en la obtención de las correspondientes certificaciones medioambientales y la contribución realizada a la entidad sin fin de lucro, Ecoembalajes España, S.A. (Ecoembes), por los envases puestos en el mercado, la Sociedad no tiene responsabilidades, gastos, activos, ni provisiones y contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados de la misma.

## Adopción de medidas relacionadas con el cambio climático

Adolfo Domínguez está comprometido con la descarbonización de su actividad, por lo que alinea sus actuaciones con los objetivos establecidos en el Acuerdo de París. La Compañía ha establecido un Plan de transición para la mitigación del cambio climático, donde se establecen diferentes metas y actuaciones para reducir su impacto ambiental.

En esta línea, Adolfo Domínguez desarrolla un conjunto de medidas orientadas a mitigar el impacto vinculado con el cambio climático y adaptarse a sus consecuencias:

Tipo de actuación	Medida	Descripción
Reducción de emisiones por el transporte	Mejora en el planteamiento logístico del transporte	Adolfo Domínguez continúa trabajando para reducir las emisiones de CO <sub>2</sub> e del transporte de sus mercancías, y para tal fin se ha comenzado a medir la huella de carbono de la logística.
Materiales sostenibles	Reducir el impacto de los productos	La Compañía incorpora materias primas y fibras más sostenibles en sus productos, que contribuyen a reducir el impacto ambiental asociado a la producción de materiales convencionales. Adicionalmente, se garantiza que los materiales utilizados y los procesos aplicados cumplan con estándares sostenibles y sean verificables en toda la cadena de suministro. El detalle de estas actuaciones se reporta en el capítulo correspondiente a Uso de recursos y Economía circular del presente informe.
Ecodiseño	Mejora de desarrollo de producto	Programa de formación interno a los equipos de Diseño y Producto sobre cómo diseñar teniendo en cuenta criterios de ecodiseño. Realización de vídeos formativos internos para dar a conocer cuáles son las fibras y las alternativas más sostenibles de las colecciones.
Energía renovable	Utilización de energía renovable	Toda la energía en oficinas, almacenes y centros logísticos y el 92% de las tiendas de gestión directa de España está contratada con IBERDROLA, 91% en el ejercicio anterior, empresa que certifica que el 100% de la energía que comercializa a Adolfo Domínguez es renovable, que permite reducir emisiones de CO <sub>2</sub> e. Esto supone que un 96% de energía renovable adquirida en España, que supone un 76% a nivel global, siendo en el ejercicio anterior un 95% y 75% respectivamente.
	Autoconsumo de energía renovable	La Compañía cuenta con 252 placas solares en sus servicios centrales, para que parte de la electricidad que se utilice en las oficinas provenga de energía solar.

Tipo de actuación	Medida	Descripción
Eficiencia energética	Climatización responsable	En todas las tiendas se aplica la temperatura de climatización exigida por el Real Decreto-ley 14/2022, de medidas de eficiencia energética (no superior a 19°C en los recintos calefactados, y no inferior a los 27°C en los recintos refrigerados). De este modo, se consigue una mayor eficiencia energética buscando que la diferencia de temperatura entre interior y exterior sea la mínima posible.
	Uso de cortinas de aire	El uso de cortinas de aire instaladas en las nuevas tiendas permite crear una barrera de aire sobre la puerta, de modo que separa el exterior del interior a pesar de tenerla puerta abierta. Se consigue, de este modo, la optimizar la climatización y mantener una sensación de confort independientemente de las temperaturas del exterior.
	Iluminación LED	En las nuevas tiendas el 100% de la iluminación instalada es de tecnología LED, compuesto por lámparas de menor consumo energético, con mayor vida útil. Además, se hace un estudio lumínico específico para cada local buscando así evitar iluminación prescindible. En las tiendas de gestión directa existentes, se está sustituyendo paulatinamente la iluminación, contando con un 60% de los puntos de venta con iluminación LED incorporada, frente al más del 55% que se tenía en el ejercicio anterior.
	Programación de luminarias	Se instalan relojes programables para asegurar la iluminación en función de los horarios de apertura. También se instalan detectores de presencia para minimizar el tiempo de encendido.

## Taxonomía

### Contexto Normativo

Adolfo Domínguez informa sobre la medida y el modo en que sus actividades se relacionan con actividades económicas ambientalmente sostenibles, conforme a los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) 2020/852, conocido como Reglamento de Taxonomía. En este contexto, la empresa divulga la proporción de su volumen de negocios (facturación), inversiones en activos fijos (CapEx) y gastos operativos (OpEx) que corresponden a actividades incluidas en la Taxonomía de la UE.

La Unión Europea, en el marco de su Plan de Acción de Finanzas Sostenibles, aprobó en junio de 2020 el Reglamento (UE) 2020/852, cuyo objetivo es establecer un marco común para clasificar actividades económicas sostenibles y facilitar la financiación de la transición ecológica. En virtud de esta norma, las empresas sujetas a la divulgación de información no financiera deben reportar el grado en que sus actividades se alinean con la Taxonomía de la UE.

En los últimos años, la compañía ha ampliado su análisis conforme a las disposiciones de los siguientes actos delegados del Reglamento de Taxonomía:

- Reglamento Delegado (UE) 2021/2139, que establece los criterios técnicos de selección para determinar la contribución sustancial de una actividad a los objetivos climáticos (*mitigación y adaptación al cambio climático*).
- Reglamento Delegado (UE) 2023/2486, que amplía la Taxonomía a los cuatro objetivos ambientales adicionales (uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos, economía circular, prevención y control de la contaminación, y protección y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas).
- Reglamento Delegado (UE) 2021/2178, que regula la metodología y los requisitos de divulgación para empresas no financieras.

El alcance de la información divulgada en este informe cubre todas las entidades sobre las que el Grupo ejerce control. Dentro de este perímetro, se ha realizado un análisis exhaustivo de la información contable para identificar aquellas actividades que corresponden a las actividades descritas en la Taxonomía de la UE en relación con cada uno de los seis objetivos establecidos en el Reglamento

### Actividades elegibles

La actividad principal del Grupo se centra en el diseño y comercialización, tanto al por mayor como al por menor, de prendas confeccionadas, bolsos y calzado. Actualmente, esta actividad no se encuentra recogida como elegible dentro de las categorías establecidas en los Reglamentos Delegados (UE) 2021/2139 (RD Climático) y (UE) 2023/2486 (RD Ambiental).

No obstante, en el marco del ejercicio de alineación con la Taxonomía de la UE, se han identificado dos actividades elegibles que, si bien no constituyen el núcleo del negocio de la Compañía, están vinculadas a su modelo operativo y representan una parte de sus inversiones y gastos.

Estas actividades contribuyen al objetivo de Mitigación del Cambio Climático y al objetivo de Economía Circular según los criterios establecidos en los actos delegados correspondientes.

Las actividades identificadas como elegibles dentro de los objetivos de la Taxonomía de la UE son:

**Objetivo de Mitigación del Cambio Climático (CCM)<sup>6</sup>**

(Conforme al Anexo I del Reglamento Delegado (UE) 2021/2139)

- 7.3 CCM - Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética.

**Objetivo de Transición a la Economía Circular (CE)**

(Conforme al Anexo II del Reglamento Delegado (UE) 2023/2486)

- 5.5 CE - Producto como servicio y otros modelos circulares de servicios orientados al uso y los resultados.

**Indicadores de taxonomía**

Tras la identificación de las actividades económicas elegibles, se han calculado los indicadores financieros de la Taxonomía tomando como referencia los resultados financieros y operativos del ejercicio 2024/2025. El cálculo de estos indicadores se realiza conforme a lo establecido en el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178, que define la metodología y los requisitos de divulgación para empresas no financieras.

**Volumen de negocio**

Este indicador se calcula como la proporción de ingresos generados por actividades elegibles (numerador) sobre el total de ingresos consolidados del Grupo (denominador), conforme a la metodología establecida en el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178.

Del análisis realizado, se ha identificado la actividad 5.5 CE - Producto como servicio y otros modelos circulares de servicios orientados al uso y los resultados como elegible dentro del objetivo de Economía Circular. No obstante, los ingresos derivados de esta actividad en el ejercicio 2024/2025 representan un valor marginal dentro del total del Grupo.

Como resultado, el valor reportado para este indicador sigue siendo del 0%, sin variaciones con respecto al ejercicio anterior.

**OpEx**

Este indicador se define como la proporción de OpEx taxonómico elegible (*numerador*) sobre el total de OpEx (*denominador*), de acuerdo con la metodología establecida en el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178.

El denominador se calcula considerando únicamente los costes operativos directos no capitalizados que se relacionan con:

- investigación y desarrollo,
- medidas de renovación de edificios,
- arrendamientos a corto plazo,
- mantenimiento y reparaciones,

---

<sup>6</sup> Las actividades 7.2 y 7.5 se han excluido del análisis individual, ya que sus partidas se han consolidado en la actividad 7.3, al coincidir en naturaleza y aplicación operativa.

- Otros gastos directos vinculados al mantenimiento diario de activos del inmovilizado material, ya sea gestionado directamente por la empresa o a través de terceros subcontratados, siempre que sean necesarios para garantizar el funcionamiento continuo y eficiente de dichos activos.

Por otro lado, el numerador incluye los gastos operativos dentro del denominador que están asociados a las actividades elegibles identificadas en la Taxonomía.

En el caso de Adolfo Domínguez, los costes directos no capitalizados recogidos por la Taxonomía Europea, es decir, aquellos incluidos en el denominador, representan un valor no material en relación con el total de gastos operativos del Grupo. Por lo tanto, conforme a lo establecido en el apartado 1.1.3.2 del Anexo I del Reglamento Delegado (UE) 2021/2178, el numerador del indicador se reporta con un valor de 0.

En línea con lo expuesto, el criterio de cálculo del OpEx taxonómico no ha experimentado variaciones respecto al ejercicio anterior.

### CapEx

Este indicador se calcula como la proporción de inversiones en activos fijos asociadas a actividades económicas elegibles (*numerador*) sobre el total de inversiones en activos fijos realizadas durante el ejercicio 2024/2025 (*denominador*), conforme a lo establecido en el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178.

El denominador (CapEx total) se define como las adiciones a activos tangibles e intangibles antes de la aplicación de depreciaciones, amortizaciones, revalorizaciones o deterioros de valor, excluyendo los cambios en el valor razonable. Asimismo, incluye aquellas adiciones derivadas de combinaciones de negocios.

Del análisis realizado, se concluye que en el ejercicio 2024/2025, la proporción de inversiones en actividades elegibles es de 0,5%, con variaciones mínimas contra el ejercicio anterior.

### Actividades alineadas

Dado el bajo nivel de inversiones en CapEx elegible, el Grupo no ha desarrollado formalmente un Plan de CapEx, conforme a lo establecido en el apartado 1.1.2.2 del Reglamento Delegado (UE) 2021/2178.

No obstante, la Compañía continúa avanzando en la implementación de medidas para garantizar el cumplimiento de las mínimas salvaguardas, en línea con el Reglamento (UE) 2020/852 y las directrices publicadas por la Comisión Europea.

En los últimos ejercicios, la Compañía ha reforzado su enfoque en sostenibilidad social y ambiental, desarrollando herramientas para mejorar la trazabilidad y evaluación del cumplimiento en materia de derechos laborales y criterios ESG en su cadena de valor.

A lo largo de 2024, se han consolidado procesos para revisar y formalizar compromisos éticos con los terceros con los que colabora, asegurando su alineación con los estándares del Grupo.

En paralelo, se ha avanzado en la definición de mecanismos de gestión de riesgos físicos, con el objetivo de fortalecer la capacidad de análisis y respuesta ante posibles impactos derivados del cambio

climático, en línea con su compromiso con la mejora continua y el cumplimiento de las mínimas salvaguardas.

Dado que las actividades elegibles identificadas son limitadas como consecuencia del modelo de negocio del Grupo, el nivel de alineamiento con la Taxonomía se mantiene en 0%, sin variaciones respecto al ejercicio anterior.

El detalle completo de los cálculos y datos reportados se encuentra disponible en el Anexo II: Tablas de reporte de taxonomía.

## Consumo de energía y combinación energética

Los consumos energéticos de la Compañía hacen referencia al consumo de España, destinado a la climatización de las instalaciones de servicios centrales en Ourense y el consumo de los vehículos de la Compañía tanto de los vehículos propios como de los de renting.

Consumo <sup>7</sup> de combustibles convencionales en volumen				
Fuente		2024/2025	2023/2024	Unidad
Diésel/Gasoil	Vehículos propios	3.521	6.476	Litros
Gasolina	Vehículos de renting	14.101	15.420	Litros
Gasóleo de caderas (C)		30.000	26.069	Litros
Gas natural		62.682	56.895	m <sup>3</sup>

Consumo <sup>8</sup> de combustibles convencionales en GJ			
Fuente	2024/2025	2023/2024	Unidad
Gasolina	462,05	505,28	GJ
Diésel/Gasoil	126,38	232,43	GJ
Gasóleo de calderas (C)	1.090,58	947,68	GJ
Gas natural	2.259,70	2.051,08	GJ

Para el reporte de los datos de los consumos de electricidad procedentes de la red eléctrica, se toma la electricidad consumida tanto para la iluminación como para las instalaciones térmicas y de refrigeración. A continuación, se presentan los datos de consumo:

---

<sup>7</sup> Se reporta el consumo vinculado a los SSCC de España de gasóleo y gas natural y el consumo de diésel/ gasóleo de los vehículos propios y diésel/ gasolina de renting de España y México. El resto de los países no se producen consumos relevantes de este tipo de combustibles.

<sup>8</sup> Se reporta el consumo vinculado a los SSCC de España de gasóleo y gas natural y el consumo de diésel/ gasóleo de los vehículos propios y diésel/ gasolina de renting de España y México. El resto de los países no se producen consumos relevantes de este tipo de combustibles.

	Tabla de consumo por sede, tienda y geografía en kWh		
	2024/2025	2023/2024	
Sede central y oficinas <sup>9</sup>	863.698	734.173	kWh
Tienda <sup>10</sup>	3.741.963	3.391.878	kWh
España	2.753.084	2.512.255	kWh
Japón	500.461	461.089	kWh
Portugal	351.501	309.246	kWh
Francia	129.496	94.861	kWh
México	7.422	14.427	kWh
Total	4.605.661	4.126.051	kWh
% de energía renovable	76%	75%	%

### Emisiones brutas de GEI de los alcances 1, 2, 3 y emisiones de GEI totales

Durante el ejercicio 2024/2025, la Compañía ha calculado por primera vez de forma completa su huella de carbono, incluyendo la totalidad de emisiones directas e indirectas, que le ha permitido establecer su ruta de descarbonización que contempla metas y actuaciones alineadas con los objetivos establecidos en el Acuerdo de París.

En este sentido, se ha mejorado la metodología de cálculo respecto años anteriores, al incluir todas las fuentes de emisión que aplican según el *GHG Protocol* y al actualizar los factores de emisión de gases de efecto invernadero, lo que permite mejorar la precisión de los resultados. Adicionalmente, esta mejora metodológica permite cumplir con requisitos regulatorios, de mercado y contar con un Plan de transición para la mitigación del cambio climático.

<sup>9</sup> Corresponde al consumo real de las oficinas, instalaciones de plancha y reoperado y almacén de España y las oficinas de Japón, México y China.

<sup>10</sup> Considerado el consumo eléctrico real de más del 90% de las tiendas de gestión directa del Grupo

	Emisiones de gases de efecto invernadero (tCO <sub>2</sub> eq)	
	2024/2025	2023/2024
Emisiones de GEI brutas de alcance 1 (tCO <sub>2</sub> eq)	434 <sup>11</sup>	418 <sup>12</sup>
Fuentes fijas	225	
Emisiones fugitivas	166	
Fuentes móviles	43	
Emisiones de GEI brutas de alcance 2 basadas en el mercado (tCO <sub>2</sub> eq)	312 <sup>13</sup>	371 <sup>14</sup>
Emisiones de GEI indirectas brutas totales (alcance 3) (tCO <sub>2</sub> eq)	16.344 <sup>15</sup>	N/A <sup>16</sup>
3.1. Compra de bienes y servicios	8.804	N/A
3.2. Compra de bienes de capital	678	N/A
3.3. Otras actividades relacionadas con los combustibles y la energía	237	N/A
3.4 Transporte y distribución aguas arriba	4.677	N/A
3.5 Generación de residuos	54	N/A
3.6 Viajes corporativos	168	N/A
3.7 Desplazamientos in itinere	1.295	N/A

<sup>11</sup> Los factores de emisión aplicados son los siguientes: gas natural: 2,116 Kg de CO<sub>2</sub> eq/m<sup>3</sup>; gasóleo C: 2,721 Kg de CO<sub>2</sub> eq/l; diésel de automoción: 2,516 Kg de CO<sub>2</sub> eq/l; y gasolina automoción 2,249 Kg de CO<sub>2</sub> eq/l. Las emisiones fugitivas se han calculado en base a estimaciones debido a la ausencia de datos.

<sup>12</sup> Los factores de emisión aplicados a los combustibles consumidos son los siguientes: (i) gas natural: 0,202 Kg de CO<sub>2</sub> eq/kWh; (ii) gasóleo C: 2,868 Kg de CO<sub>2</sub> eq/l; y (iii) gasóleo de automoción: 2,493 Kg de CO<sub>2</sub> eq/l. Adicionalmente, al alcance 1 del año 2023 se han añadido las emisiones correspondientes a la categoría de emisiones fugitivas. Este resultado de Huella de Carbono incluye las emisiones ya calculadas para el ejercicio 2023-2024 más las provenientes de las emisiones fugitivas (calculadas para el ejercicio 2024-2025). Se realiza con el fin de facilitar la comparación de los indicadores de los diferentes años.

<sup>13</sup> El 76% del consumo eléctrico es renovable, al que se le aplica un factor de emisión 0 kg CO<sub>2</sub> eq/kWh. El consumo eléctrico restante no renovable se le aplican distintos factores de emisión dependiendo de la comercializadora y, en su defecto, se utiliza el factor de emisión del país en el que se localiza el consumo (obtenido de la Agencia Internacional de la Energía, el Gobierno de México y Red eléctrica española).

<sup>14</sup> El 75% del consumo eléctrico es renovable, al que se le aplica un factor de emisión 0 kg CO<sub>2</sub> eq/kWh. El consumo eléctrico restante no renovable se le aplica un factor de emisión de 0,36 Kg de CO<sub>2</sub> eq/kWh.

<sup>15</sup> El Alcance 3 se añade por primera vez el año 2024-2025. Las fuentes utilizadas son: DEFRA, OCCC, IEA y Ecoinvent.

<sup>16</sup> Durante periodos anteriores al referente al presente informe no se realizaba el cálculo de las emisiones de Alcance 3.

3.8 Activos arrendados aguas arriba	331	N/A
3.9. Transporte y distribución aguas abajo	313	N/A
3.12. Fin de vida de productos vendidos	34	N/A
3.13. Activos arrendados aguas abajo	8	N/A
3.14 Franquicias	196	N/A
Emisiones de GEI totales (basadas en el mercado) (tCO <sub>2</sub> eq)	17.542	-

Intensidad de GEI por facturación	2024/2025	2023/2024 <sup>17</sup>
Emisiones de GEI alcances 1 y 2 (basadas en el mercado) por facturación (tCO <sub>2</sub> e/MM€)	5,46	6,23
Emisiones de GEI alcances 1 y 2 (basadas en el mercado) por empleado (tCO <sub>2</sub> e/empleado)	0,74	0,78
Emisiones de GEI alcances 1, 2 y 3 (basadas en el mercado) por facturación (tCO <sub>2</sub> e/MM€)	128,32	N/A
Emisiones de GEI alcances 1,2 y 3 (basadas en el mercado) por empleado (tCO <sub>2</sub> e/empleado)	17,51	N/A

<sup>17</sup> Durante periodos anteriores al referente al presente informe no se realizaba el cálculo de las emisiones de Alcance 3.

## 2.2 CONTAMINACIÓN

### Políticas relacionadas con la contaminación

En la mencionada Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto Positivo, se establece que la Compañía pretende conseguir la mejora medioambientalmente de las actividades industriales, con el compromiso de cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios que aplican, y el compromiso claro y explícito de la prevención y minimización de la contaminación.

### Adopción de medidas relacionadas con la contaminación

Principales actuaciones	Objetivo/descripción
Controles sobre contaminantes	<p>Vigilancia ambiental de la contaminación</p> <p>En las instalaciones de Ourense, en su Centro de Perfeccionamiento, se realiza un control de emisiones contaminantes directas en fuentes estacionarias, evaluando la temperatura de los gases, presión de chimenea, velocidad de gases, caudal de gases, emisiones de O<sub>2</sub>, CO<sub>2</sub>, SO<sub>2</sub>, NO<sub>x</sub>, CO y opacidad de acuerdo con el R.D. 100/2011; Ley 34/2007 de calidad del aire y protección de la atmósfera e Instrucción Técnica de la Dirección Xeral de Calidade e Avaliación Ambiental. Esta medición es realizada por una empresa externa autorizada (ECA, Entidad Colaboradora de la Administración SLU).</p>

## Contaminación del aire

Adolfo Domínguez está comprometido con minimizar sus emisiones atmosféricas desarrollando medidas con tal fin que se describen en el capítulo referente a Cambio Climático. Por el tipo de actividad que presenta el Grupo no se realizan actividades que produzcan contaminación acústica o lumínica.

Los resultados obtenidos en los controles de emisiones controlantes realizados se presentan a continuación:

Emisiones contaminantes (t)					
2024/2025					
Foco emisor	N.º Horas Funcionamiento	Caudal del foco emisor (Nm <sup>3</sup> /h)	Parámetro	Resultados analíticos (mg/m <sup>3</sup> )	Totales (t)
Caldera 1	1.752	2.222	CO	3,75	0,015
			SO <sub>2</sub>	8,6	0,033
			NO <sub>x</sub>	101,13	0,394
			Opacidad	<1	0,004
Caldera 2	403	4.171	CO	3,75	0,006
			SO <sub>2</sub>	8,6	0,014
			NO <sub>x</sub>	100,45	0,169
			Opacidad	<1	0,002
2023/2024 <sup>18</sup>					
Caldera 1	1.452	2.222	CO	3,75	0,012
			SO <sub>2</sub>	8,6	0,028
			NO <sub>x</sub>	101,13	0,326
			Opacidad	<1	0,003
Caldera 2	620	4.171	CO	3,75	0,010
			SO <sub>2</sub>	8,6	0,022
			NO <sub>x</sub>	100,45	0,260
			Opacidad	<1	0,003

<sup>18</sup> Datos actualizados con respecto al reporte publicado del ejercicio 2023/2024.

## 2.3 RECURSOS HÍDRICOS

### Políticas relacionadas con los recursos hídricos

Entre los principios de la Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto Positivo de Adolfo Domínguez, se establece el compromiso de utilizar el agua de manera responsable y cuidar su preservación a lo largo de la cadena de suministro, en particular en lo que se refiere a los procesos húmedos (estampación, tintado, curtido y lavado).

Para poder realizar una gestión sostenible y eficiente del agua y reducir la huella hídrica, la Compañía trabaja para medir su uso en la cadena de valor y solicita a sus proveedores un control exhaustivo de la misma.

### Adopción de medidas relacionadas con los recursos hídricos

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
Mejora de la circularidad del agua	Disminuir el desperdicio de agua
	La nave de planchado (uso industrial del agua) cuenta con un sistema de retorno del agua sobrante del circuito con el fin de evitar desperdicio.

## Consumo de agua

Adolfo Domínguez consume agua tanto en sus instalaciones como en los puntos de venta. Toda el agua consumida proviene de la compañía suministradora, siendo esta la red pública de abastecimiento. No se consume agua ni de captaciones ni pozos propios.

A continuación, se proporcionan los datos de consumo de agua:

	Consumo de agua (m <sup>3</sup> )	
	2024/2025 <sup>19</sup>	2023/2024 <sup>20</sup>
Tiendas	4.127	4.742
España	2.098	2.207
Japón	469	526
Portugal	1.126	1.366
Francia	417	627
México	17	17
Sede Central y oficinas	2.041	2.260
Total	6.168	7.002

---

<sup>19</sup> En 2023 se reporta el consumo de agua del 96% del perímetro de reporte. En este sentido, el 83% del perímetro se ha cubierto con datos reales de consumo de agua de la sede central y oficinas de España, de la oficina de Japón y de las tiendas de gestión directa sobre las que se dispone de datos, mientras que el 13% restante se ha estimado en base al consumo real de agua por m<sup>2</sup>.

<sup>20</sup> En el ejercicio 2024/2025 se reporta el consumo de agua del 96% del perímetro de reporte. En este sentido, el 81% del perímetro se ha cubierto con datos reales de consumo de agua de la sede central y oficinas de España, de la oficina de Japón y de las tiendas de gestión directa sobre las que se dispone de datos, mientras que el 15% restante se ha estimado en base al consumo real de agua por m<sup>2</sup>.

## 2.4 BIODIVERSIDAD Y ECOSISTEMAS

### Políticas relacionadas con la biodiversidad

Si bien las actividades propias de la Compañía se circunscriben a entornos en donde su potencial impacto sobre la biodiversidad y sobre áreas protegidas no es significativo, se cuenta con las siguientes políticas y procedimientos para abordar preservar la biodiversidad y los ecosistemas:

- Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto Positivo
- Política de Bienestar animal

### Adopción de medidas relacionadas con la biodiversidad

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
Compromiso con la biodiversidad	<p>Conservación de la biodiversidad</p> <p>Adolfo Domínguez reconoce la importancia de integrar la protección de los ecosistemas, la biodiversidad y la regeneración en su estrategia ESG. La Compañía continúa trabajando en potenciar el empleo de energía de fuentes renovable, el uso responsable del agua, en reducir el consumo de plásticos y en excluir materias primas con elevado riesgo de impacto negativo en los ecosistemas, así como en incrementar el uso de materias primas que promueven un impacto positivo. Adicionalmente, la política de bienestar animal establece aquellas especies protegidas o en peligro de extinción que no se usan en las colecciones</p> <p>Mediante la utilización de <i>Hot Button Report</i>, una herramienta de referencia que permite priorizar proveedores de fibras celulósicas como la viscosa, modal o liocel, que cuentan con las mejores prácticas, garantizando que los materiales provienen de fuentes responsables, minimizando el riesgo de contribuir a la deforestación, la pérdida de bosques primarios y de biodiversidad.</p> <p>Además, la Compañía se compromete en trabajar para que todos los productos vinculados a la madera (embalajes de cartón, mobiliario de tiendas) presenten certificados que aseguren no impactar en la deforestación.</p>
Bienestar animal	<p>Promover el bienestar animal</p> <p>Desde el año 2010, la Compañía dispone de una Política de Bienestar Animal. Con esta política se atienden las preocupaciones de consumidores y fabricantes sobre las condiciones de cría de los animales y los métodos de sacrificio, garantizando que todos los productos de origen animal procedan de animales tratados de forma ética y responsable, conforme a las “Cinco Libertades” del bienestar animal aceptadas internacionalmente. Los proveedores asumen la responsabilidad contractual de no utilizar pieles ni subproductos que provengan de animales sacrificados exclusivamente para comercializar sus pieles.</p> <p>Además, el compromiso del Grupo con <i>Fur Free Alliance</i> desde el 2010 corrobora la posición sobre la utilización de pieles de animales. No se emplea</p>

	<p>piel de pelo, desde 2014 se ha prohibido el uso de lana de angora en las colecciones, y desde 2016 la Compañía se ha comprometido en no utilizar pluma ni plumón en prendas.</p> <p>En octubre del año 2024 Adolfo Domínguez ha firmado el movimiento "<i>Feather Free</i>" de PETA en el que se compromete a continuar el veto de las plumas en las colecciones. La Compañía lleva más de una década sin utilizar plumas en sus prendas y en este año se ha incorporado al movimiento como parte de su compromiso por visibilizar alternativas que hagan posible una moda más consciente.</p> <p>La Compañía trabaja en mejorar la trazabilidad del origen de los cueros utilizados, ya que, dependiendo de su procedencia, existen mayores garantías y controles en términos de bienestar animal.</p> <p>Adicionalmente, durante el año 2024 Adolfo Domínguez ha trabajado con la herramienta <i>Trustrace</i> que le ha permitido obtener la trazabilidad hasta el origen de una muestra de proveedores de fibras animales. Este análisis ha proporcionado información útil que permite conocer mejor la cadena de suministro, y así poder avanzar en el compromiso con la transparencia de los materiales utilizados en las colecciones.</p>
--	---

## 2.5 USO DE RECURSOS Y ECONOMÍA CIRCULAR

### Políticas relacionadas con el uso de recursos y la economía circular

Entre los principios de la Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto Positivo de la Compañía, se establece la circularidad, durabilidad y conservación de los recursos, apostando por la desmaterialización de su modelo de negocio, mediante el desarrollo de nuevas estrategias comerciales que permitan el éxito financiero de Adolfo Domínguez a la vez que se reduce el consumo de recursos naturales.

La Compañía incorpora criterios de ecodiseño desde la fase inicial de desarrollo de las colecciones. Este enfoque permite avanzar en la meta corporativa de ofrecer productos más sostenibles, alineados con los principios de la economía circular y el consumo responsable. Para ello Adolfo Domínguez ha establecido los siguientes principios:

- Selección de materiales sostenibles: se prioriza el uso de materias primas certificadas y de menor impacto ambiental, como algodón orgánico, lino europeo certificado o fibras recicladas certificadas bajo distintos estándares.
- Diseño para la durabilidad y reutilización: se crean prendas con diseños atemporales y de alta calidad, reduciendo la necesidad de reemplazo frecuente.
- Facilitación del reciclaje: se opta por tejidos y fornituras que permitan una fácil separación y reciclaje. Asimismo, se evita la mezcla de materiales complejos que dificultan los procesos de recuperación.
- Procesos sanos: se favorecen procesos de tintura y acabados de bajo impacto que reducen el uso de agua, energía y productos químicos nocivos.
- Innovación en nuevos materiales y tecnologías: se investiga sobre nuevas fibras y tecnologías que optimicen la sostenibilidad de los productos, explorando alternativas como biomateriales, materiales regenerativos y/o procesos de producción de menor impacto.

### Adopción de medidas relacionadas con el uso de recursos y la economía circular

El Grupo cuenta con diferentes planes de acción y actuaciones para la implementación de la economía circular en sus procesos y operaciones propias. El diseño circular de Adolfo Domínguez promueve una mayor durabilidad de los productos, así como la reutilización, reparación, renovación, remanufactura, readaptación y reciclaje, con iniciativas clave que refuerzan su compromiso medioambiental.

Las medidas vinculadas a la gestión de los recursos utilizados por Adolfo Domínguez se describen a continuación:

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
Medición y cálculo del uso de materia prima	<p>Mejorar la visión sobre el volumen de materias primas utilizadas</p> <p>La nueva metodología permite mejorar la información sobre el alcance y los tipos de materia prima incluida, los materiales sostenibles incluidos, los pesos y las referencias utilizadas. Gracias a la utilización de estas materias primas, se ha logrado que el 29% del volumen total de las colecciones del 2024/2025 sea sostenible, frente al 22% del año anterior.</p>
Certificación de proveedores	<p>Garantizar la trazabilidad y transparencia de las materias empleadas</p> <p>Se reclama a los proveedores certificaciones de acuerdo con las normas más exigentes de la industria, como las establecidas por <i>Textile Exchange</i> (organización sin ánimo de lucro que promueve el desarrollo responsable y sostenible en la industria textil) y por <i>Global Organic Textile Standard (GOTS)</i>, organización sin ánimo de lucro que asegura el estado orgánico de los textiles), desde la recolección de la materia prima, incluyendo la fabricación responsable desde el punto de vista social y medioambiental.</p>
Materiales certificados	<p>Aumentar el uso de materiales con menor impacto</p> <p>ALGODÓN ORGÁNICO y RECICLADO. Se utiliza algodón orgánico y algodón en conversión que garantiza una gestión eficiente del agua y de los ecosistemas. También se emplea algodón reciclado que implica un menor consumo de recursos naturales ya que no es necesario su cultivo. En el ejercicio 2024/2025 la utilización de algodón orgánico y reciclado ha representado el 18% del volumen en peso (t) del consumo total, siendo un 12% en el ejercicio anterior.</p> <p>FIBRAS CELULÓSICAS RESPONSABLES. En Adolfo Domínguez se utilizan fibras celulósicas libres de deforestación (como el lyocell, modal, viscosa y acetato), eligiendo proveedores a través de la iniciativa <i>CanopyStyle</i>, que aseguran el uso de fibras sin poner en riesgo los bosques primarios. Durante el ejercicio se ha logrado que el uso de este tipo de fibras aumente a un 31% del total de fibras celulósicas utilizadas (el año anterior representaba un 18%).</p> <p>FIBRAS ANIMALES RESPONSABLES. En línea con la estrategia de la Compañía, se ha comenzado a utilizar fibras animales con menor impacto. La certificación <i>Responsible Wool Standard (RWS)</i> garantiza buenas prácticas en el manejo del ganado y la tierra, y la certificación <i>Global Recycled Standard (GRS)</i> garantiza la reducción de la utilización de recursos vírgenes. El 34% del total de fibras animales utilizadas proviene de fibras animales responsables, certificadas con RWS y GRS, que garantiza mejores estándares de bienestar animal y sostenibilidad.</p> <p>MATERIAL DE ORIGEN FORESTAL CONTROLADO. La bisutería y accesorios realizados con madera y papel presentan certificados de trazabilidad <i>Forest Stewardship Council (FSC)</i>. Esta certificación FSC garantiza que en la gestión del bosque se preserva la diversidad biológica y el bienestar de las poblaciones y los trabajadores locales. Durante este ejercicio se ha duplicado</p>

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
	<p>el uso de estos materiales, logrando que el 50% de las maderas y papeles utilizados sea de origen forestal controlado, frente al 23% del ejercicio anterior. El 20% de la madera utilizada corresponde a madera de origen forestal controlado.</p> <p>PIEL DE FABRICACIÓN RESPONSABLE. Se continúa aumentando el consumo de pieles de fabricación responsable en accesorios como bolsos, marroquinería, calzado, cinturones y guantes, llegando a alcanzar un 68,2% de piel responsable en las colecciones del ejercicio 2024/2025, siendo 68% en el ejercicio anterior. Estas pieles están fabricadas en tenerías certificadas por la <i>Leather Working Group</i> (LWG, entidad que promueve prácticas medioambientales sostenibles y la responsabilidad social dentro de las curtidurías).</p> <p>INNOVACIÓN TEXTIL. Alianza con <i>Pyratex</i>, una start-up que se especializa en el desarrollo de tejidos a partir de nuevas fibras orgánicas o recicladas, que destacan por sus cualidades sostenibles y su producción local. La alianza permite el acceso preferente a los tejidos innovadores generados de <i>Pyratex</i>, así como al desarrollo de nuevos tejidos.</p> <p>INTEXTER. Instituto de Investigación Textils y Cooperación Industrial (INTEXTER) de la Universitat Politècnica de Catalunya – Barcelona Tech (UPC). Adolfo Domínguez ha sellado un acuerdo con la entidad para investigar las claves para una mayor durabilidad de las prendas.</p>
Metales y fibras sintéticas recicladas	<p>Aumentar el uso de materiales reciclados</p> <p>Se sustituyen las fibras sintéticas (derivadas de petróleo) por fibras sintéticas recicladas, que garantizan la reducción del uso de agua y energía. El consumo de este material llegó al 28% de consumo durante el año de referencia, siendo un 24% en el ejercicio anterior.</p> <p>De igual manera, también se usan metales reciclados en la colección de bolsos de no piel, y en las partes funcionales metálicas, como botones y trimmings, representando un 28% del total utilizado durante el ejercicio 2024/2025 y 29% en el ejercicio 2023/2024.</p>
Materiales locales	<p>Reducir el impacto por transporte de materiales utilizados</p> <p>Desde el ejercicio 2020 se incorpora el lino responsable cultivado en Europa, este lino no emplea semillas modificadas genéticamente, apenas usa fertilizantes y evita el uso de defoliantes, para proteger la tierra y los recursos de agua dulce. El consumo de este material llegó al 49% de consumo durante el año de referencia siendo un 56% en el ejercicio anterior.</p>
Orígenes de pieles prioritarios	<p>Mejorar la trazabilidad en el abastecimiento de cuero.</p> <p>La Compañía trabaja en mejorar el abastecimiento responsable del cuero, priorizando pieles de origen europeo debido a sus prácticas reguladas y sostenibles, y pieles de regiones con mayores controles de bienestar animal, como Canadá, Nueva Zelanda y Estados Unidos. Estas pieles representan el 40% del total utilizado durante el ejercicio 2024/2025.</p>

A continuación, se describen las medidas desarrolladas por la Compañía vinculadas a la salida de recursos y la gestión de residuos:

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
Bolsas, etiquetas y cajas responsables	<p>Certificación de bolsas y etiquetas</p> <p>Con la certificación de las bolsas, etiquetas y cajas para pedidos <i>online</i> usadas por FSC (Forest Stewardship Council) se ratifica que su origen es responsable. Además, las cajas están hechas de cartón 100% reciclado y reciclable.</p>
Gestión circular de residuos	<p>Optimizar la vida de materiales y productos</p> <p>REUTILIZACIÓN DE PERCHAS Y ENVASES. Las cajas y perchas en las que se recibe la mercancía de los proveedores son reutilizadas para realizar movimientos de mercancía entre tiendas o devoluciones a almacenes centrales, prolongando al máximo su vida útil. Además, las cajas utilizadas para la entrega de pedidos online contienen un porcentaje de cartón reciclado. Asimismo, las bolsas de algodón utilizadas en packaging son reutilizables y pueden destinarse a otros usos prolongando su vida útil.</p> <p>PERCHAS SOSTENIBLES. Sustitución progresiva de las antiguas perchas de madera por unas más sostenibles, compuestas en un 35% por “Liquid Wood”, elaborado a partir de madera reciclada proveniente de los restos de producción de perchas tradicionales, combinada con un porcentaje de cera natural vegetal. En cuanto a las perchas de plástico, desde el año 2016 el Grupo mantiene una colaboración con la Asociación Aixiña para la clasificación y separación de las perchas plásticas que proceden de las tiendas. Las perchas en buen estado se vuelven a enviar de nuevo a los proveedores de cercanía (España, Portugal, Marruecos y Turquía) para ser reutilizadas y alargar su vida útil. Las perchas inservibles son recogidas por el gestor de residuos para ser recicladas.</p> <p>RECICLAJE DE CAJAS DE CARTÓN. Adolfo Domínguez recicla el cartón generado en su sede central y centros logísticos. El gestor que gestiona este tipo de residuos vende las cajas a papeleras que luego transforma en nuevos productos que contienen cartón reciclado y son 100% reciclables, volviendo a la cadena de suministro y prolongando su vida útil. Esta medida reduce residuos y fomenta la economía circular.</p> <p>RECICLAJE DE PLÁSTICOS. El residuo generado por las bolsas contenedores de prendas (<i>polybags</i>) es entregado a un gestor que luego lo transforma en nuevos productos que contienen plásticos reciclados.</p> <p>ECOEMBES. Desde el 2006 Adolfo Domínguez es colaboradora de esta organización sin ánimo de lucro para dar una segunda vida a los residuos a través del reciclaje, y así, minimizar el impacto de la actividad en el medio ambiente. Además, es el organismo que gestiona la responsabilidad ampliada del productor en España.</p>
Jerarquización de residuos	<p>Optimizar la gestión de residuos</p> <p>JERARQUIZACIÓN DE RESIDUOS. Para efectuar una gestión eficiente, responsable y sostenible de los residuos que se generan en la actividad de la</p>

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
	Compañía, se trabaja de la mano de empresas especializadas según el tipo de residuos fomentando la optimización del uso de residuos en función de la jerarquía correspondiente.
Clientes comprometidos	Promover el consumo responsable Adolfo Domínguez cuenta con una serie de iniciativas vinculadas a sus clientes, con la finalidad de promover el consumo consciente y responsable de las prendas y demás productos textiles, y así optimizar su uso: ADN BOX (personal shopper + IA para evitar cometer errores al comprar) y ADN RENT (alquiler de ropa). Estas iniciativas están detalladas en el capítulo correspondiente a Clientes.

El desperdicio de alimentos no es material en el caso de Adolfo Domínguez debido al tipo de actividad que se desarrolla.

### Entrada de recursos

Adolfo Domínguez tiene un compromiso con la utilización de productos sostenibles, accesibles y de calidad, por lo que en la fabricación de sus prendas se utilizan fibras y tejidos durables, innovadores y con el menor impacto ambiental posible. En el ejercicio 2024/2025 se ha conseguido que el 44% del total de las colecciones cuente con características sostenibles, mientras que en el ejercicio anterior el 39%.

A continuación, se presentan los datos sobre consumos de materias primas según su naturaleza y tipo de fibra utilizada y el consumo de envases y embalajes:

Consumo total de materias primas según su naturaleza <sup>21</sup> (t)	2024/2025	2023/2024
Textil	844	718
Piel	38	36
Metal	11	10
Otras	14	22
Total	907	786

Consumo de materias primas según tipo de fibra <sup>22</sup>	2024/2025	2023/2024
Algodón responsable y reciclado	18%	12%
Lino europeo	49%	56%
Celulósicas responsables	31%	18%
Fibras animales responsables	34%	N/A <sup>23</sup>

<sup>21</sup> Se reporta el consumo total de fibras y materias primas empleadas en las colecciones comerciales de cada uno de los ejercicios.

<sup>22</sup> Se reportan el porcentaje total del volumen sostenible por tipología de fibras o materias sostenibles empleadas en las colecciones comerciales de cada uno de los ejercicios.

<sup>23</sup> La iniciativa se ha iniciado durante el ejercicio 2024/2025.

Madera de origen forestal controlado	20%	10%
Sintéticas recicladas	28%	24%
Metales reciclados	28%	29%
Piel de fabricación responsable	68%	68%

Consumo de embalajes y envases (t) <sup>24</sup>	2024/2025	2023/2024
Cartón	232	235
Plástico	16	12
Total	248	247

En comparación con el ejercicio anterior ha habido un aumento en la compra del plástico debido a la realización de nuevo de la logística inversa en el C. de Perfeccionamiento (c/8). En este centro se recogen las devoluciones de prendas/complementos tanto de clientes (comercio *online*) como de las tiendas al finalizar las temporadas. El mayor consumo de plástico (bolsas y rollos de embolsadora) se debe a un aumento también de esas devoluciones.

### Salida de recursos

En el compromiso por efectuar una gestión eficiente, responsable y sostenible de los residuos que se generan en la actividad económica, la firma trabaja de la mano de empresas especializadas según el tipo de residuos.

Los residuos no peligrosos son generados en las actividades de los servicios centrales, centros logísticos, tiendas propias y puntos de venta. En los puntos de venta, todo el packaging entregado a los clientes es declarado a la empresa Ecoembes. En cuanto a los servicios centrales y centros logísticos, un gestor local se encarga de su retirada.

En la sede central se generan residuos peligrosos por el cambio de equipos informáticos y actividades de mantenimiento. Este tipo de residuos se recoge y trata por empresas especializadas y autorizadas para su gestión. Los equipos informáticos que la Compañía ya no utiliza son valorizados, con lo que se ha conseguido evitar la emisión de 0,524 toneladas de CO<sub>2</sub> eq durante el ejercicio 2024/2025, frente a las 1,04 toneladas de CO<sub>2</sub> eq del ejercicio anterior.

<sup>24</sup> Se reporta el consumo de material de envase y embalaje en la Compañía (SSCC, México y Japón).

A continuación, se establece la generación de residuos por parte de la Compañía, tanto peligrosos como no peligrosos.

Generación residuos <sup>25</sup>		
Residuos peligrosos (kg)		
	2024/2025	2023/2024
Electrónicos	94	127
Aerosoles	8	8
Envases contaminados	6	10
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>145</b>
Residuos no peligrosos (kg)		
Papel y cartón	77.065	43.816
Plástico	17.281	8.041
Metales	1.700	1.140
Madera	11.760	14.600
Tejidos	849	102
Electrónicos	302	485
Baterías	27	1
Residuos Adhesivos y sellantes	1.112	58
Toners	-	72
Residuos municipales	-	-
Residuos de construcción	-	17.800
Residuos de silvicultura	1.600	-
<b>Total</b>	<b>111.696</b>	<b>86.115</b>

En la siguiente tabla se presenta el destino de los residuos generados mencionados:

Destino de residuos		
Residuos peligrosos (kg)		
	2024/2025	2023/2024
Valorización	108	145
Residuos no peligrosos (kg)		
Valorización	111.696	86.115

<sup>25</sup> Se reportan los residuos generados en servicios centrales y naves de Ourense. Bajo un criterio de m2 de superficie estas instalaciones representan un porcentaje igual o superior al 90% de la información reportada ya que la gestión de residuos en tiendas se efectúa a través de servicios municipales no disponiéndose de la información cuantitativa.

## 3. SOCIAL

### 3.1 TRABAJADORES

#### Políticas relacionadas con los trabajadores

Adolfo Domínguez cuenta con las siguientes políticas y procedimientos para abordar la gestión de trabajadores:

- Procedimiento de Prevención de Riesgos Laborales
- Política y Procedimiento de Aceptación de Regalos y Atenciones
- Procedimiento de Selección de Personal
- Procedimiento de Desplazamientos y Gastos de Viaje
- Régimen Disciplinario
- Protocolo para la prevención y actuación frente al acoso sexual y el acoso por razón de sexo en el ámbito laboral
- Procedimiento de Formación
- Normas de Régimen Interno
- Política de Desconexión Digital
- Política de Protección de Datos
- Procedimiento de Verificación de las Obligaciones de Actualización y Supresión de Ficheros de Datos Personales
- Procedimiento de Incidentes de Seguridad
- Normativa del Sistema Interno de Información
- Política de Retención de Datos
- Política de Integridad, sostenibilidad e Impacto positivo
- Política de Gestión de Becas
- Procedimiento de Bienvenida e integración

El Grupo cuenta con una Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto Positivo, donde se establece como principio el respeto a los Derechos Humanos. Estos derechos se basan en principios y convenciones internacionalmente reconocidos, incluyendo, pero no limitado a la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de la ONU y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Dicha política establece el rechazo por parte de Adolfo Domínguez de cualquier forma de trabajo forzoso, trabajo obligatorio y trabajo infantil.

## Canales para que los trabajadores expresen sus inquietudes

La Compañía emplea diversos canales de comunicación para entablar una comunicación directa y transparente con los empleados, y que estos puedan expresar sus inquietudes o necesidades: Intranet, portal de formación, comunicación interna, convención de empleados, Foro de Líderes, Townhall, revista interna (ADN Magazine), Conectados y canal interno.

Canales de Comunicación	Frecuencia
Intranet	Diaria
Portal de formación	Diaria
Comunicación interna	Semanal
Convención de empleados	Anual
Foro de líderes	Trimestral
Townhall	Trimestral
Revista interna	Mensual
Conectados	Trimestral
Canal interno	Puntual

Adolfo Domínguez cuenta con un Canal Directo, que consiste en un sistema de denuncia e información al servicio de los empleados del Grupo y está dispuesto por la Comisión de Auditoría del Consejo de Administración. A través del buzón [canaldirecto@adolfodominguez.com](mailto:canaldirecto@adolfodominguez.com) se puede remitir cualquier consulta, con relación al Código o cualquier incidencia relacionada con éste.

## Adopción de medidas relacionadas con los trabajadores

El Grupo cuenta con planes de acción y procesos de seguimiento en relación con la gestión del talento, enfocadas a fomentar una cultura alineada con su propósito y objetivo. Estos planes de acción cuentan con medidas necesarias para gestionar los impactos y riesgos vinculados a los trabajadores:

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
Conciliación	Respetar y fomentar el equilibrio entre la vida profesional y la vida personal.
	Se establecen diferentes medidas de flexibilidad y gestión del tiempo de trabajo, las videoconferencias, la flexibilidad en la adaptación a las necesidades de los trabajadores y la disminución del número de desplazamientos. Respetar y fomentar los permisos por embarazo de riesgo, maternidad/paternidad, lactancia y excedencia por cuidado de los hijos. Se establecen a su vez pausas regulados con descansos mínimos obligatorios y ajuste de los horarios de reuniones al horario laboral salvo excepciones debidamente justificadas o reuniones mantenidas con países con distinto huso horario. Se dispone también de espacios habilitados para las pausas y zonas de descanso habilitadas.
Control de horas y desconexión digital	Garantizar el respeto de la desconexión laboral, el tiempo de descanso del empleado, permisos y vacaciones
	Se establecen políticas de flexibilización del tiempo de trabajo, pausas reguladas, ajuste del horario de reuniones y establecidos espacios de descanso. Se cuenta

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
	<p>con sistemas de desconexión laboral, una política de desconexión digital y un sistema de fichaje electrónico.</p> <p>Para garantizar el derecho a la desconexión laboral en el ámbito digital de acuerdo con la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, Adolfo Domínguez cuenta con una Política de Desconexión Digital.</p> <p>Adicionalmente, se han instaurado diferentes sistemas para garantizar este derecho como el sistema de fichaje electrónico, el sistema <i>mail on holiday</i>, sistemas de fichaje dactilares y a través de aplicación móvil o página web.</p>
Diversidad, equidad e inclusión	<p>Lograr la igualdad de oportunidades entre los géneros</p> <p>La Compañía asume, a través de su Plan de Igualdad, el compromiso de desarrollar relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades y la no discriminación. La selección, promoción interna, formación, niveles salariales o cualquier otro aspecto laboral se determinarán siempre con independencia origen étnico, sexo, edad, nacionalidad u otras formas de discriminación. La Compañía cuenta con una Comisión de Seguimiento en materia de igualdad, encargada de dar seguimiento a los planes de acciones vinculados al Plan de Igualdad.</p> <p>Asimismo, Adolfo Domínguez está en contra de cualquier tipo de acoso y, para luchar contra éste, dispone un Protocolo de actuación en materia de acoso moral y sexual en el trabajo, establecido en su Política contra la Discriminación y el Acoso.</p> <p>Este compromiso tiene el objetivo de evitar prácticas discriminatorias, el rechazo al trabajo forzoso e infantil, la oferta de un trabajo digno, y la promoción del respeto a los Derechos Humanos de los empleados. La Compañía plasma este compromiso en su Código de Conducta y Prácticas Responsables, en el acceso a su canal de denuncias, y en las actuaciones del Comité de Ética para velar por el cumplimiento, tal y como se detalla en el apartado correspondiente de este informe.</p> <p>La Compañía y los representantes de los trabajadores han negociado y firmado el nuevo Plan de Igualdad 2025-2029 de Adolfo Domínguez, que se adapta a los requerimientos normativos, con el compromiso de garantizar la igualdad de oportunidades y condiciones laborales para todo el personal en España. Actualmente, el Plan se encuentra en proceso de completar la aprobación por parte de los órganos de la administración pública competentes, para proceder a su publicación interna. El Plan de Igualdad cuenta con medidas en diferentes ejes: formación, selección, condiciones de trabajo, retribución, etc. Todas estas medidas están enfocadas a garantizar la igualdad de oportunidades, cerrar la brecha salarial, fomentar la inclusión, impulsar la conciliación, prevenir y erradicar el acoso, la violencia de género y la discriminación.</p>
Formación	Formación continuada a todo el personal de la plantilla

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
	<p>Basado en el Procedimiento de Formación, Adolfo Domínguez diseña anualmente un plan de formación, que integra actividades de formación que tienen el objeto de generar o potenciar las competencias de los equipos y tomando como base los valores de la Compañía, los objetivos y metas corporativos, realizándose tanto formación online como presencial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• el Plan anual 2024/2025 fue diseñado en base un proceso de escucha de las visiones y necesidades de los empleados, y contó con una parte específica para <i>retail</i> (no considerado anteriormente) con foco en el liderazgo y en desarrollo de los equipos.</li> <li>• además, en este ejercicio se puso foco en el proceso de <i>onboarding</i>, creando itinerarios formativos para mejorar el proceso de incorporación y mejorando la comunicación con candidatos de procesos de selección (<i>pre-boarding</i>). La Compañía está creando itinerarios formativos específicos de inicio adaptados al nuevo perfil.</li> </ul> <p>Se realizan formaciones de <i>onboarding</i>, <i>crosstraining</i>, específicas para personal de servicios centrales, planes de formación ad hoc, tanto online (sobre colecciones de temporada) como presencial (relativas al desarrollo de habilidades).</p> <p>Durante el 2024 se ha trabajado sobre el Modelo de Liderazgo AD (proyecto estratégico en el área de Talento), basado en los valores corporativos, que identifica los comportamientos clave del Líder AD.</p> <p>Se ha desarrollado un Programa de Liderazgo AD, formando a más de 80 personas que gestionan equipos, en materia de liderazgo. Posteriormente se generará un equipo de <i>trainers</i> para que puedan replicar la formación, adaptándola a las necesidades específicas de cada red comercial y centro logístico.</p> <p>Como iniciativa del área de Impacto Positivo, durante el ejercicio 2024/2025 se ha formado en materia de sostenibilidad a todo el personal de servicios centrales. Se está desarrollando la formación adaptada al colectivo de <i>retail</i>.</p>
Salud, bienestar y seguridad	<p>Disminución de la cantidad y tasa de accidentes laborales</p> <p>Se busca garantizar un entorno laboral seguro y saludable, previniendo accidentes y lesiones ocasionadas durante la actividad laboral o asociadas a ella, mediante la limitación de las causas de riesgo inherentes a dicho entorno laboral.</p> <p>La Compañía dispone de un servicio de Prevención de Riesgos Laborales propio compuesto por personal especializado en diversos ámbitos como seguridad en el trabajo e higiene industrial en Servicios Centrales y seguridad en el trabajo, higiene industrial y ergonomía-psicosociología (en tiendas). De manera externa, se cuenta con un servicio de prevención encargado de realizar un seguimiento periódico del estado de salud de los trabajadores.</p> <p>Adicionalmente, la compañía ha constituido comités de Seguridad y Salud, para sus centros, conformado por delegados de prevención designados por los</p>

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
	<p>representantes sindicales y por encargados de prevención, designados por la dirección de la Compañía. Estos representantes legales promueven la participación y consulta de los trabajadores.</p> <p>Estos comités se reúnen trimestralmente para tratar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de accidentabilidad producido con el fin de valorar causas y promover medidas preventivas si fuera necesario.</li> <li>• seguimiento de las medidas de mejora pendientes y propuestas.</li> <li>• referencia a los accidentes e incidencias que se producen en los puntos de venta.</li> </ul> <p>Además, se cuenta con delegados de Prevención en los siguientes puntos de venta: Barcelona, Vizcaya, Ourense, Cantabria, Madrid, Málaga, Baleares y Guipúzcoa.</p> <p>También se establecen instrucciones de forma periódica sobre salud y seguridad laboral y sistemas para detectar, evitar y responder a amenazas potenciales para la seguridad y salud.</p> <p>En el resto de los países, la firma cumple con la normativa local vigente en materia de Prevención de Riesgos Laborales y la gestiona directamente cada filial.</p>
Evaluación de desempeño	<p>Mejora del proceso de evaluación</p> <p>Creación de un Plan de Gestión de Talento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• evaluación de desempeño: se valora a toda la plantilla con equidad, considerando a todas las personas y atendiendo a la complejidad de cada puesto de trabajo. Es el primer paso para construir, durante el próximo año, los planes de carrera para los diferentes colectivos de la organización, ligados a los Planes de desarrollo personal de cada uno de los miembros de los equipos.</li> </ul> <p>En ejercicio 2024/2025 se realizaron grupos de trabajo de los diferentes colectivos que han participado en la evaluación de desempeño, con el fin de identificar e implementar mejoras en el proceso: la creación de las conversaciones de mejora; la creación de modelos específicos de evaluación de desempeño para colectivos diferenciados; la revisión de la ponderación de cada una de las preguntas de la evaluación; la mejora del proceso formativo y la comunicación en base a la evaluación de desempeño para todos los empleados de la Compañía.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• potenciar el uso de reuniones “one to one” de los <i>managers</i> con sus equipos de trabajo para la revisión de los planes de acción generados en la evaluación de desempeño.</li> <li>• realización de las conversaciones de mejora que sustituyen el proceso anterior. Se pone foco en el proceso de mejora y de seguimiento de los planes de acción, de acuerdo con los resultados de las evaluaciones de desempeño.</li> </ul>

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
	<ul style="list-style-type: none"> <li>revisión del modelo de evaluación de desempeño para colectivos con identidad específica, en base a las aportaciones de los equipos, realizadas el proceso de evaluación de desempeño anterior.</li> </ul>
Proceso de selección y promoción	<p>Establecimiento de criterios claro en el proceso de selección y promoción</p> <p>El procedimiento de selección de Adolfo Domínguez define y establece directrices comunes sobre el proceso de selección de nuevos empleados para garantizar que las personas que se incorporan, o van a ser promocionadas internamente, son las más adecuadas para el puesto conforme a los requisitos establecidos, y que tienen las actitudes y aptitudes idóneas para alcanzar los objetivos de negocio y cumplir los planes y presupuestos de incorporación establecidos.</p> <p>Durante el ejercicio 2024/2025 se ha creado una herramienta para dar trazabilidad al proceso de selección, que permite asegurar el avance de posiciones acordes con las necesidades de la organización, y que garantiza que el perfil seleccionado es acorde a las necesidades de la posición identificada.</p>
Estructura organizativa y cargas de trabajo	<p>Establecer un sistema retributivo y cargas de trabajo sostenible</p> <p>Definición de los objetivos de cada área de la Compañía y establecimiento de iniciativas a desarrollar durante el ejercicio. Estas iniciativas fueron definidas en base a directrices de las direcciones corporativas, para impulsar la comprensión, el alineamiento y aplicación de las propuestas estratégicas trasladadas en la Convención anual de la Compañía.</p> <p>Siguiendo la estrategia trasladada en la Convención, se ha realizado una revisión de todos los proyectos en marcha, para hacer foco en aquellos que son más críticos, realizando un seguimiento periódico de los mismos, y posponer la implementación de aquellos que no son considerados urgentes.</p> <p>Implementación de la arquitectura de puestos para establecer el mapa de puestos y las estructuras salariales de acuerdo con el diagnóstico retributivo y la lógica organizacional. Este mapa de puestos sirve como base para otros procesos clave, como el plan de desarrollo profesional.</p> <p>Atención a los planes de acción relacionados con las cargas de trabajo o asignación de tareas, para los casos en los que fueron identificados como críticos de acuerdo con los resultados del <i>pulse survey</i> realizado durante el ejercicio (por ejemplo: refuerzo de la plantilla en centros con sobrecarga de trabajo, mediante la contratación de servicio externos).</p>

## Características de los trabajadores

A continuación, se presenta la distribución de cantidad de trabajadores por sexo, país, categoría profesional y por rango etario al cierre de ejercicio 2024/2025. En el cómputo se incluyen las personas que, siendo miembros de la Compañía, al momento del cierre del ejercicio están en una situación de no actividad (bajas por IT, maternidades, paternidades, etc.) ya que efectivamente son trabajadores de la misma.

		Número de trabajadores por país, categoría profesional y edad (número de personas) 2024/2025 <sup>26</sup>			
		Hombre	Mujer	Total de trabajadores	Total %
País	España	142	599	741	74%
	México	32	65	97	10%
	Japón	15	32	47	5%
	Portugal	10	76	86	9%
	Francia	7	18	25	2%
	China	3	3	6	1%
Categoría profesional	Técnicos	143	637	780	78%
	Mandos intermedios	58	144	202	20%
	Dir. Departamentales	8	12	20	2%
Edad	< 30	50	148	198	20%
	31-50	119	441	560	56%
	> 51	40	204	244	24%
Total		209	793	1.002	100%

		Número de trabajadores por país, categoría profesional y edad (número de personas) 2023/2024 <sup>27</sup>			
		Hombre	Mujer	Total de trabajadores	Total %
País	España	128	629	757	75%
	México	32	69	101	10%
	Japón	14	33	47	5%
	Portugal	10	64	74	7%
	Francia	5	17	22	2%
	China	3	3	6	1%
	Técnicos	137	656	793	79%

<sup>26</sup> Medido en jornadas equivalentes trabajadas.

<sup>27</sup> Medido en jornadas equivalentes trabajadas.

Categoría profesional	Mandos intermedios	49	149	199	20%
	Dir. Departamentales	6	10	16	1%
Edad	< 30	49	170	219	22%
	31-50	107	453	560	55%
	> 51	36	192	228	23%
Total		192	815	1.007	100%

La plantilla de empleados al cierre de ejercicio desglosada por modalidad de contrato de trabajo y sexo:

	Número de trabajadores por modalidad de contrato (número de personas) <sup>28</sup>							
	2024/2025				2023/2024			
	Mujer	Hombre	Total	Total %	Mujer	Hombre	Total	Total %
Temporal a T. Completo	46	15	61	6%	43	22	65	6%
Temporal a T. Parcial	30	8	38	4%	65	8	73	7%
Indefinido a T. Completo	438	157	595	59%	430	138	568	56%
Indefinido a T. Parcial	279	29	308	31%	277	24	301	30%
Total	793	209	1.002	100%	815	192	1.007	100%

<sup>28</sup> Medido en jornadas equivalentes trabajadas.

A continuación, se presenta el promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.

		Promedio anual de empleados por sexo, edad y categoría profesional 2024/2025					
		Temporal a T.Completo	Temporal a T.Parcial	Fijo a T.Completo	Fijo a T.Parcial	Total	Total %
Sexo	Hombre	13	10	149	28	200	20%
	Mujer	50	44	443	287	824	80%
Edad	< 30	21	25	88	71	205	20%
	31-50	33	21	333	180	567	55%
	> 51	9	8	171	64	252	25%
Categoría profesional	Técnicos y resto de personal	60	53	408	280	801	78%
	Mandos intermedios	3	1	167	35	206	20%
	Dir. Departamentales	0	0	17	0	17	2%
Total		63	54	592	315	1.024	100%

		Promedio anual de empleados por sexo, edad y categoría 2023/2024					
		Temporal a T.Completo	Temporal a T.Parcial	Fijo a T.Completo	Fijo a T.Parcial	Total	Total %
Sexo	Hombre	12	9	142	33	196	20%
	Mujer	31	56	412	295	794	80%
Edad	< 30	16	32	74	63	185	19%
	31-50	20	24	322	196	562	57%
	> 51	7	9	158	69	243	25%
Categoría profesional	Técnicos y resto de personal	39	63	386	290	778	78%
	Mandos intermedios	4	2	150	38	194	20%
	Dir. Departamentales	-	-	18	-	18	2%
Total		43	65	554	328	990	100%

Se detalla el número de despidos desglosado por sexo, edad y clasificación profesional:

		Número de despidos					
		2024/2025			2023/2024		
		Mujer	Hombre	Total	Mujer	Hombre	Total
Edad	< 30	8	4	12	5	3	8
	31-50	22	9	31	18	13	31
	> 51	5	1	6	4	1	5
Categoría profesional	Técnicos	26	9	35	17	10	27
	Mandos intermedios	8	5	13	8	6	14
	Dir. Departamentales	1	0	1	2	1	3
Total		35	14	49	27	17	44

### Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social

Tal como se refleja en el Código de Conducta y Prácticas Responsables de Adolfo Domínguez, el diálogo social y negociación colectiva son claves en el trato con los trabajadores. Se asegura el derecho empleado de sindicación, libertad de asociación y negociación colectiva de todos los empleados. Dentro de Adolfo Domínguez existen varios Comités de Empresa: Servicios Centrales, Cataluña, Madrid y Málaga. En Cantabria, Bilbao, Mallorca, Alicante, Guipúzcoa, Tenerife, Murcia y en la tienda de Ourense, los delegados sindicales ejercen la representación.

En aquellos países donde existen convenios colectivos, estos cubren al 100% de los trabajadores como se presenta en la siguiente tabla.

País	Convenio colectivo	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	
		2024/2025	2023/2024
España	Industria Textil y la Confección	100%	100%
	Convenio colectivo de la Marroquinería <sup>29</sup>	-	100%
	Convenios provinciales del comercio textil	100%	100%
México	Contrato colectivo de Trabajo	100 %	100%
Portugal	CCT para Comércio do distrito de Lisboa	100%	100%
	Convenio coletivo entre CNIS e FEPCES (Oporto)	100%	100%
	Convenios de distrito (Lisboa, Porto, Faro y Aveiro)	100%	100%
Francia	Convention collective nationale des maisons à sucursales de vente au détail d'habillement	100%	100%

<sup>29</sup> En el presente ejercicio no existen trabajadores bajo este Convenio.

## Personas con discapacidad

Adolfo Domínguez está comprometido con la inclusión de personas con discapacidad en su entorno laboral, creando oportunidades laborales para el futuro y se asegura que la inclusión sea parte integral de su cultura empresarial. Las instalaciones del Grupo, tanto la sede central como las tiendas, cuentan con adaptaciones necesarias que aseguran la accesibilidad de personas con movilidad reducida, con sillas adaptadas, ascensores y rampas. Al cierre del ejercicio, la Compañía cuenta con 6 personas con discapacidad en su plantilla.

	2024/2025	2023/2024
Personas con discapacidad en la plantilla	6	7

## Parámetros de formación y desarrollo de capacidades

Adolfo Domínguez lleva el recuento de la cantidad total de horas de formación por categoría profesional:

Categoría profesional	Horas de formación	
	2024/2025	2023/2024
Técnicos	7.614	8.875
Mandos intermedios	2.613	2.727
Dir. Departamentales	247	96
Total	10.474	11.598

## Parámetros de salud y seguridad

El porcentaje de trabajadores que se encuentran representados por un Comité de Seguridad y Salud (CSS) o por delegados de prevención (los centros que cuenten con un número inferior a 50 trabajadores no podrán tener un CSS) es del 67,47% frente al 66,40% en el ejercicio anterior.

	2024/2025	2023/2024
Número de víctimas mortales como consecuencia de lesiones y problemas de salud relacionados con el trabajo	0	0
Número de días perdidos por accidentes laborales	338	659

La cantidad de accidentes laborales y enfermedades profesionales durante el ejercicio se desglosa en la siguiente tabla:

		2024/2025 <sup>30</sup>		2023/2024	
		Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Con baja	En centro de trabajo	1	17	3	19
	In itinere	2	2	0	3
Total de accidentes con baja		3	19	3	22
Total de accidentes sin baja		2	10	2	20
ÍNDICE GRAVEDAD		0,06	0,18	0,52	0,34
ÍNDICE FRECUENCIA		7,55	10,91	8,68	15,52
ÍNDICE DE INCIDENCIA		22,52	29,80	25,91	53,03
Enfermedades profesionales		0	0	N/A <sup>31</sup>	

### Parámetros de conciliación laboral

El Grupo realiza la adaptación y flexibilización de los horarios a las necesidades de los trabajadores para conciliar su vida familiar y laboral. Adicionalmente la empresa ha concedido un horario específico a trabajadores, que así lo han solicitado con el fin de poder compaginar su vida familiar y laboral. Al igual que esto, se establecen pausas reguladas y horarios de reuniones que no intervengan con el tiempo libre de los trabajadores.

	2024/2025	2023/2024
Número de horas de absentismo	157.796	121.457
Horas trabajadas	1.790	1.790

### Parámetros de retribución (brecha salarial y retribución total)

Las remuneraciones corresponden al salario fijo y los complementos salariales normalizados (es decir elevando a todos los trabajadores a jornada completa y activos durante todo el período). A continuación, se presenta la información sobre la remuneración media de la Compañía.

<sup>30</sup> Incluyendo datos para España, Portugal, Francia y México.

<sup>31</sup> Durante el periodo 2023/2024 no se contabilizaron las enfermedades profesionales con o sin baja.

		Remuneraciones medias	
		2024/2025	2023/2024
Sexo	Mujer	22.535	21.717
	Hombre	25.186	22.917
Edad	< 30	18.781	18.180
	31-50	23.675	22.538
	> 51	25.459	24.477
Categoría profesional	Técnicos y resto personal	20.175	19.611
	Mandos intermedios	28.338	27.216
	Directores departamentales	106.630	99.173

La remuneración media de los consejeros (donde se incluyen los consejeros dominicales, ejecutivos e independientes) y la remuneración media de las direcciones departamentales, está basada en las remuneraciones fijas y variables, incluidas las obtenidas por consecución de objetivos, así como indemnizaciones, dietas y el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo.

Remuneración media por categoría profesional 2024/2025			
	Mujeres	Hombres	%H/M <sup>32</sup>
Técnicos y resto de personal	20.129	20.395	1%
Mandos intermedios	28.399	28.183	-2%
Directores departamentales	124.153	110.870	-11%
Consejeros	208.983	187.204	-10%

Remuneración media por categoría profesional 2023/2024			
	Mujeres	Hombres	%H/M <sup>33</sup>
Técnicos y resto de personal	19.690	19.186	-3%
Mandos intermedios	26.978	27.946	4%
Directores departamentales	111.799	89.651	-20%
Consejeros	170.170	167.878	-1%

Al considerar los salarios al cierre del ejercicio 2024/2025, en términos de información global, el resultado refleja una brecha salarial favorable para las mujeres en todos los niveles de responsabilidad, excepto en las direcciones departamentales, donde la diferencia es del 2%.

<sup>32</sup> Se muestra la diferencia porcentual entre las remuneraciones medias de hombres y de mujeres, por categoría profesional.

<sup>33</sup> Se muestra la diferencia porcentual entre las remuneraciones medias de hombres y de mujeres, por categoría profesional.

		Brecha salarial	
		2024/2025	2023/2024
Servicios centrales	Técnicos y resto de personal	-3%	-11%
	Mandos Intermedios	-17%	-13%
	Direcciones Departamentales <sup>34</sup>	2%	-24%
Tiendas	Técnicos y resto de personal	-2%	-7%
	Mandos Intermedios	-4%	-6%

---

<sup>34</sup> No incluye remuneraciones variables, ni indemnizaciones.

## 3.2 PROVEEDORES

### Políticas relacionadas con los proveedores

Durante este ejercicio la cadena de suministro de Adolfo Domínguez estuvo integrada por 97 proveedores directos con producciones distribuidas en 11 países diferentes, teniendo el mayor porcentaje en China, India y Portugal. En el período anterior, se contó con 96 proveedores directos distribuidos en 10 países.

Adolfo Domínguez cuenta con las siguientes políticas y procedimientos para abordar la gestión de su cadena de valor:

- Política de Contratación y Compras Generales
- Código de Conducta y Prácticas Responsables
- Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto positivo

### Canales para que los proveedores expresen sus inquietudes

La Compañía emplea diversos canales de comunicación para entablar una comunicación directa y transparente con los proveedores, y que estos puedan expresar sus inquietudes o necesidades:

Canales de comunicación	Frecuencia
Equipos de calidad en origen	Diaria
Departamento de Producto	Diaria
Visitas de proveedores a SSCC	Bianual
Canal interno	Puntual

### Adopción de medidas relacionadas con los proveedores textiles

A continuación, se describen las medidas con las que Adolfo Domínguez gestiona sus impactos y riesgos vinculados a la cadena de valor:

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
Cadena de valor responsable	<p>Promover una cadena de valor responsable</p> <p>La Compañía cuenta con el compromiso de evitar prácticas discriminatorias, el rechazo al trabajo forzoso e infantil, la oferta de un trabajo digno, así como la promoción del respeto a los Derechos Humanos de todos y cada uno de los proveedores y socios a lo largo de la cadena de valor. Con la intención de evitar este tipo de prácticas, Adolfo Domínguez se compromete con la tolerancia cero si se da alguna situación de trabajo infantil, trabajo forzoso, riesgo grave para la salud de los trabajadores, trabajadores extranjeros en situación irregular o comportamiento poco ético.</p> <p>En la selección de proveedores se tienen en cuenta estrictos estándares internos basados en entidades internacionales de referencia sobre temáticas de calidad de producto, capacidad de producción, aspectos sociales (incluyendo igualdad) y comportamiento ambiental, para garantizar la trazabilidad y transparencia en</p>

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
	<p>la cadena de suministro, asegurando en la Política de Contratación y Compras Generales estas cuestiones sociales, ambientales y de igualdad de género. Todo proveedor deberá respetar los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y las convenciones que la desarrollan, así como las recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo con respecto a los derechos de los trabajadores en el desempeño de sus actividades. Antes de comenzar cualquier relación de trabajo con un proveedor, este debe aceptar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores, reflejando así su compromiso en materia de integridad, Derechos Humanos y medioambiente.</li> <li>• Compromiso de Sostenibilidad e Integridad ética, que exige a los proveedores cumplir con los principios fundamentales de igualdad de oportunidades, no discriminación, prohibición del trabajo infantil y forzado, y respeto a la libertad de asociación y negociación colectiva.</li> </ul> <p>El Grupo es miembro de <i>Amfori</i>, asociación empresarial global que promueve que las empresas mejoren su desempeño social y ambiental en sus cadenas de suministro. Esta membresía permite a Adolfo Domínguez la utilización de las herramientas BSCI (<i>Business Social Compliance Initiative</i>) y BEPI (<i>Business Environmental Performance Initiative</i>) para fortalecer su capacidad para asegurar prácticas responsables y minimizar su impacto ambiental en toda la cadena de valor.</p> <p>Además, la participación del Director Corporativo de Sostenibilidad e Impacto Positivo en el <i>Member Advisory Council</i> de <i>Amfori</i> permite a la Compañía colaborar con otras empresas líderes, contribuyendo activamente a la evolución y establecimiento de estándares de sostenibilidad.</p>
Sistemas de supervisión/ auditorías	<p>Evaluar a los proveedores</p> <p>Desde Adolfo Domínguez se realizan procesos de evaluación de proveedores, para la mejora de las cadenas de producción y envío. Para asegurar el cumplimiento del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores previamente mencionado, se realizan auditorías sociales por entidades independientes, que aseguren el respeto de los derechos laborales en toda la cadena de valor. Si bien estas auditorías sociales se realizan principalmente mediante la herramienta BSCI de <i>Amfori</i>, también se utilizan otras herramientas de auditoría reconocidas internacionalmente (SEDEX, SA 8000, HIGG FSLM, ICS). Para aquellos casos en los que la auditoría social ha obtenido una mala puntuación, se solicitan explicaciones al proveedor y se acuerdan las acciones de mejora pertinentes. La Compañía trabaja para aumentar el porcentaje de proveedores sometidos a auditoría. Durante el periodo de referencia se ha logrado aumentar el porcentaje de los proveedores que han pasado auditorías sociales, alcanzando el 98% del volumen de compra, frente al 86% en el periodo anterior. Tras los resultados de estas auditorías se establece de manera interna</p>

Principales actuaciones	Objetivos/descripción																																																					
	<p>un criterio de clasificación de proveedores en función de su grado de cumplimiento con el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedor A: Cumple con el Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.</li> <li>• Proveedor B: Incumple algún aspecto no relevante del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.</li> <li>• Proveedor C: Incumple algún aspecto sensible del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores.</li> <li>• Proveedor en Plan de Acción Correctiva (P.A.C): Incumplimientos del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores que desencadenan la inmediata implantación de un plan de acción correctivo.</li> </ul> <p>A continuación, se establece los resultados de las auditorías a proveedores en función de esta clasificación:</p> <table border="1" data-bbox="472 898 1342 1279" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th colspan="5" style="text-align: center;">Auditorías a proveedores según su clasificación</th> </tr> <tr> <th colspan="2"></th> <th colspan="2" style="text-align: center;">2024/2025</th> <th colspan="2" style="text-align: center;">2023/2024</th> </tr> <tr> <th colspan="2"></th> <th style="text-align: center;">N.º</th> <th style="text-align: center;">%</th> <th style="text-align: center;">N.º</th> <th style="text-align: center;">%</th> </tr> <tr> <th colspan="2"></th> <th style="text-align: center;">Proveedores</th> <th style="text-align: center;">Producción</th> <th style="text-align: center;">Proveedores</th> <th style="text-align: center;">Producción</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">A</td> <td></td> <td style="text-align: center;">11</td> <td style="text-align: center;">10,00%</td> <td style="text-align: center;">8</td> <td style="text-align: center;">4,72%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">B</td> <td></td> <td style="text-align: center;">12</td> <td style="text-align: center;">10,91%</td> <td style="text-align: center;">13</td> <td style="text-align: center;">23,61%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">C</td> <td></td> <td style="text-align: center;">83</td> <td style="text-align: center;">75,45%</td> <td style="text-align: center;">40</td> <td style="text-align: center;">57%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">PAC</td> <td></td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">3,64%</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2,19%</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Total</td> <td></td> <td style="text-align: center;">110</td> <td style="text-align: center;">100,00%</td> <td style="text-align: center;">62</td> <td style="text-align: center;">87,53%</td> </tr> </tbody> </table>	Auditorías a proveedores según su clasificación							2024/2025		2023/2024				N.º	%	N.º	%			Proveedores	Producción	Proveedores	Producción	A		11	10,00%	8	4,72%	B		12	10,91%	13	23,61%	C		83	75,45%	40	57%	PAC		4	3,64%	1	2,19%	Total		110	100,00%	62	87,53%
Auditorías a proveedores según su clasificación																																																						
		2024/2025		2023/2024																																																		
		N.º	%	N.º	%																																																	
		Proveedores	Producción	Proveedores	Producción																																																	
A		11	10,00%	8	4,72%																																																	
B		12	10,91%	13	23,61%																																																	
C		83	75,45%	40	57%																																																	
PAC		4	3,64%	1	2,19%																																																	
Total		110	100,00%	62	87,53%																																																	

### 3.3 COMUNIDAD LOCAL

#### Políticas relacionadas con la comunidad local

La Compañía promueve la creación de valor para el conjunto de la sociedad y el entorno al participar de forma activa con empresas del sector público, tercer sector, ONGs, sindicatos, universidades, etc. crea valor para el conjunto de la sociedad y el entorno. El Grupo cuenta con las siguientes políticas para gestionar su relacionamiento con la comunidad local:

- Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores
- Procedimiento de control de Calidad
- Política y Procedimiento de Donaciones
- Protocolo de Inspecciones o Incoación de Expedientes

#### Canales para que la comunidad local exprese sus inquietudes

En cuanto al compromiso de Adolfo Domínguez con el desarrollo sostenible de las comunidades locales, se promueve un diálogo permanente con su comunidad local, con la finalidad de coordinar e integrar los asuntos relevantes para la Compañía con sus objetivos y estrategias corporativos.

La Compañía emplea los siguientes canales de comunicación para que las comunidades puedan expresar sus inquietudes o necesidades:

Canales de comunicación	Frecuencia
Participación en ponencias, cursos y entrevistas	Puntual
Convenios de colaboración	Anual
Canal interno	Puntual

#### Adopción de medidas relacionadas con la comunidad local

Adolfo Domínguez ha implementado diferentes actuaciones para abordar las cuestiones materiales relacionados con la comunidad local, integrando estas actividades en su estrategia de sostenibilidad y acción social:

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
Proyectos con impacto social	<p>Potenciar el impacto positivo de la Compañía en la comunidad local y la sociedad civil.</p> <p>Todas las aportaciones de carácter benéfico se realizan de forma transparente y siguiendo las leyes vigentes y el Código de Conducta y Prácticas Responsables, y se supervisan por el departamento de Sostenibilidad e Impacto Positivo.</p> <p>ASOCIACIÓN AIXIÑA. Se trabaja con esta asociación para promover que los trabajadores del centro puedan optar a un servicio de catering individual. Este servicio está gestionado a través de la Asociación Aixiña, cuyo objetivo es la integración de personas con distintas capacidades físicas en el mundo laboral.</p> <p>COLABORACIONES CON ORGANIZACIONES HUMANITARIAS Y DE ATENCIÓN SOCIAL NO GUBERNAMENTALES. Adolfo Domínguez ha colaborado con</p>

	<p>distintas asociaciones sin ánimo de lucro para apoyar al medioambiente y la sociedad civil. Durante el ejercicio 2024/2025 se ha donado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos informáticos en desuso por un valor contable de 590€, que serán reutilizados como material de aprendizaje por el alumnado un centro educativo para mejorar sus competencias digitales.</li> <li>• Accesorios por un valor contable 93,88€, para el mercadillo solidario que organiza la Fundación Condado de Taboada.</li> </ul> <p>En el ejercicio anterior se realizó una donación de 500€ al Programa de Cambio Climática (HP 2023) dentro del Programa de Conservación de WWF España, y a la Fundación Adolfo Domínguez para el desarrollo de sus actividades por valor de 30.000€. También se realizó una donación de 9.669,96€ a la Asociación Banco de Alimentos de Ourense.</p> <p>Durante este ejercicio no se ha llevado a cabo ninguna actividad de patrocinio, al igual que en el ejercicio anterior.</p>
Acciones académicas y de divulgación	<p>Impulsar la concienciación en la sociedad civil para infundir valores y buenas prácticas en un futuro.</p> <p>CONCIENCIACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL. Adolfo Domínguez lanza campañas con un enfoque diferente en periodos comerciales destacados como San Valentín, Día del Padre, Día de la Madre o Navidad.</p> <p>ACCIONES ACADÉMICAS. Como parte del empeño de Adolfo Domínguez por concienciar a la sociedad sobre la necesidad de un nuevo modelo de consumo, la presidenta ejecutiva, Adriana Domínguez, y los principales ejecutivos de la Compañía han participado en diversos actos académicos durante el ejercicio, entre los que se destaca una <i>masterclass</i> de 4 horas de duración como parte programa 15X15 de la Escuela de Negocios EDEM, en Valencia.</p> <p>FOROS. Durante el ejercicio 2024/2025, la presidenta ejecutiva y algunos de los principales ejecutivos de Adolfo Domínguez han participado en diversos foros y eventos vinculados con impacto positivo en la comunidad, entre los que destacan la participación en los Premios de la Academia de Moda Española, en la <i>Impact Social Cup 2024</i> (encuentro para fomentar el emprendimiento de impacto social); y la participación como ponente ante el Foro de Marcas Renombradas, y en la Barcelona Fashion Summit.</p>
Alianzas y colaboraciones	<p>Colaborar o participar en organizaciones vinculadas a la empresa, sociedad y planeta</p> <p>PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS (Global Compact). Adolfo Domínguez forma parte de esta iniciativa internacional entre los años 2002-2014 y, desde el año 2018, vuelve a reafirmar su compromiso por el desarrollo sostenible.</p> <p>WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES (WEP). Adolfo Domínguez está entre las empresas cotizadas con mayor presencia femenina en sus órganos de gobierno liderando la igualdad de género.</p> <p>FUNDACIÓN CRE100DO. La fundación es un programa de transformación</p>

	<p>empresarial que acompaña a más de 100 empresas en su hoja de ruta para ayudarlas a crecer, difundiendo conceptos y prácticas empresariales de alto impacto.</p> <p>MOVIMIENTO FEATHER-FREE. Adolfo Domínguez reafirma una vez más su compromiso para visibilizar alternativas que hagan posible una moda más consciente y se suma al movimiento 'Feather-Free' impulsado por PETA.</p>
--	---

### 3.4 CLIENTES

#### Políticas relacionadas con los clientes

Adolfo Domínguez cuenta con las siguientes políticas y procedimientos para abordar la gestión de sus consumidores y usuarios finales:

- Código de Conducta y Prácticas Responsables
- Normativa del Sistema Interno de Información
- Política de Comunicación Corporativa
- Política de Protección de Datos
- Procedimiento de control de Calidad
- Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto positivo

#### Canales para que los clientes expresen sus inquietudes

Adolfo Domínguez establece diferentes canales para que los consumidores expresen sus inquietudes y necesidades:

Canales de comunicación	Frecuencia
Página web	Diaria
Tiendas y ventas online	Diaria
Redes sociales	Diaria
Aplicación móvil	Diaria
Servicio de atención al cliente	Diaria
Departamento de Calidad	Diaria
Newsletter	Semanal
Canal interno	Puntual

En función de las geografías, los canales se encuentran disponibles de la siguiente manera:

- teléfono: España y Portugal
- e-mail: España, Portugal, México, UE, USA y Japón
- formulario web: España, Portugal, México, UE, USA y Japón
- redes sociales: Todos los mercados
- tiendas físicas: Todos los mercados.

Adolfo Domínguez garantiza el derecho a la confidencialidad de los datos de clientes, aplicando las normas de transparencia y facilitando toda la información necesaria para el entendimiento de las relaciones contractuales. Todos estos canales cumplen con la legislación vigente en materia de protección al consumidor y de protección de datos que exigen los estándares internacionales y nacionales de los países en los que operamos.

Para apoyar la disponibilidad de estos canales, en la página web de Adolfo Domínguez se publica un formulario de contacto, direcciones de correo y teléfonos.

A través de todos estos medios, se recogen consultas, incidencias, solicitudes y otros:

	N° de gestiones (consultas, solicitudes e incidencias)	Incidencias diferentes a calidad		Incidencias de calidad		
		N°	% de no resolución	N°	% sobre uds. vendidas	% de no resolución <sup>35</sup>
2024/2025	40.911	3.745	0,88%	3.949	0,16%	6,84%
2023/2024	37.542	5.544	0,037%	3.834	0,16%	5,48%

En los canales de venta se cuenta con hojas de reclamación de consumo en las tiendas físicas de España y Portugal:

		N° de reclamaciones	Expedientes no sancionadores por parte de las administraciones públicas
2024/2025	España	21	6
	Portugal	27	
	Total	48	
2023/2024 <sup>36</sup>	España	21	2
	Portugal	7	
	Total	28	

Para asegurar que se realiza una supervisión de todas las cuestiones planteadas, semanalmente se presenta un informe que detalla las incidencias, casuísticas, tiempo y forma de respuesta y número de consultas atendidas. Este informe es tratado en una reunión con el departamento de Ventas.

Además, diariamente se monitorizan las llamadas con clientes y una vez finalizada cada llamada, se realizan encuestas para conocer la satisfacción del consumidor con la solución planteada. En caso de recibir una valoración negativa, se procede a realizar la escucha de la llamada para analizar la incidencia y dar *feedback* a los empleados implicados.

<sup>35</sup> El término “no resolución” hace referencia a que están “en trámite” (prenda de camino a central para valoración o en proceso de valoración).

<sup>36</sup> Se desagrega la información por región para el ejercicio anterior.

## Adopción de medidas relacionadas con los clientes

El Grupo cuenta con planes acción enfocados a mejorar la experiencia de compra a través de una comunicación honesta, ética, responsable y centrada en dar respuesta a los requisitos de los clientes. La Compañía ha establecido las siguientes medidas para gestionar sus impactos y riesgos relacionados con los clientes:

Principales actuaciones	Objetivos/descripción																								
Salud y seguridad de los clientes	<p data-bbox="450 528 951 562">Ofrecer a los clientes un producto seguro</p> <p data-bbox="450 568 1398 931">Para asegurar un producto seguro, Adolfo Domínguez implementa diferentes mecanismos que aseguren unos estándares de calidad y seguridad cumplimiento con la legislación aplicable en todas sus fases desde la producción hasta el consumo por parte de los clientes. Uno de estos mecanismos es la evaluación de riesgos por parte de la oficina técnica de Seguridad y Salud de Producto que se realizan en el momento de “<i>pre-production sample</i>”, de forma que se analizan los modelos donde existen riesgos, lo que permite realizar una reducción de <i>picking</i> (muestras representativas recogidas aleatoriamente para análisis).</p> <p data-bbox="450 938 1398 1133">De igual manera, también se realiza una evaluación externa realizada por laboratorios acreditados (SGS), garantizando la ausencia de sustancias nocivas o sustancias químicas restringidas a través de ensayos químicos y físicos. Estos resultados son luego estudiados por el departamento de Calidad para su comprobación.</p> <p data-bbox="450 1140 1398 1258">Durante el año de referencia, el porcentaje de estos resultados conformes con el Procedimiento de control de Calidad de Adolfo Domínguez ha sido del 95%, siendo en los dos ejercicios previos de un 94% y 95% respectivamente.</p> <p data-bbox="450 1308 1398 1379">A continuación, se presentan las diferentes medidas de seguridad y salud del producto realizados en estos análisis:</p> <table border="1" data-bbox="584 1386 1262 1727"> <thead> <tr> <th></th> <th>2024/2025</th> <th>2023/2024</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Total referencias</td> <td>2.767</td> <td>2.610</td> </tr> <tr> <td>Total referencias fail</td> <td>137</td> <td>150</td> </tr> <tr> <td>Total referencias pass</td> <td>2.630</td> <td>2.460</td> </tr> <tr> <td>Total analizadas</td> <td>1.283</td> <td>1.400</td> </tr> <tr> <td>% analizadas</td> <td>46%</td> <td>54%</td> </tr> <tr> <td>% No conformidad</td> <td>5%</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>% Conformidad</td> <td>95%</td> <td>94%</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="450 1771 1398 1843">La cantidad de análisis realizados depende de las características de las temporadas de cada año.</p>		2024/2025	2023/2024	Total referencias	2.767	2.610	Total referencias fail	137	150	Total referencias pass	2.630	2.460	Total analizadas	1.283	1.400	% analizadas	46%	54%	% No conformidad	5%	6%	% Conformidad	95%	94%
	2024/2025	2023/2024																							
Total referencias	2.767	2.610																							
Total referencias fail	137	150																							
Total referencias pass	2.630	2.460																							
Total analizadas	1.283	1.400																							
% analizadas	46%	54%																							
% No conformidad	5%	6%																							
% Conformidad	95%	94%																							

Principales actuaciones	Objetivos/descripción																																																																								
	<p>Medidas de seguridad y salud realizadas sobre los diferentes productos:</p> <table border="1" data-bbox="453 356 1396 909"> <thead> <tr> <th></th> <th>Tejidos</th> <th>Pieles</th> <th>Plásticos</th> <th>Metales</th> <th>Maderas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Arilaminas</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Formaldehído</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> </tr> <tr> <td>pH</td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ftalatos</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Solideces</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Plomo</td> <td></td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cadmio</td> <td></td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Niquel</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cromo (VI)</td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fenoles</td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> </tr> <tr> <td>Fumarato de dimetilo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> </tr> </tbody> </table> <p>Para aquellas referencias cuyo resultado no cumplía los estándares de salud y seguridad, a través de la oficina técnica de Seguridad y Salud de Producto, se han activado los mecanismos internos encaminados a: rechazar el producto y/o aplicar los cambios necesarios para que cumpla con los estándares. La toma de decisiones se realiza de forma conjunta con el departamento de Producto.</p>		Tejidos	Pieles	Plásticos	Metales	Maderas	Arilaminas	✓	✓				Formaldehído	✓	✓			✓	pH	✓					Ftalatos			✓			Solideces	✓	✓				Plomo		✓	✓	✓		Cadmio		✓	✓	✓		Niquel				✓		Cromo (VI)		✓				Fenoles		✓			✓	Fumarato de dimetilo					✓
	Tejidos	Pieles	Plásticos	Metales	Maderas																																																																				
Arilaminas	✓	✓																																																																							
Formaldehído	✓	✓			✓																																																																				
pH	✓																																																																								
Ftalatos			✓																																																																						
Solideces	✓	✓																																																																							
Plomo		✓	✓	✓																																																																					
Cadmio		✓	✓	✓																																																																					
Niquel				✓																																																																					
Cromo (VI)		✓																																																																							
Fenoles		✓			✓																																																																				
Fumarato de dimetilo					✓																																																																				
Calidad de los productos	<p>Ofrecer a los clientes un producto de calidad</p> <p>Para comprobar la calidad de los productos y la cadena de producción, se dispone de equipos de calidad en origen, tanto en China como en India, que visitan las fábricas y dan soporte técnico tanto a los proveedores, como al equipo técnico ubicado en la central de Ourense; transmitiendo información diariamente sobre el desarrollo de las colecciones y controlando que se aplican a los estándares y requisitos.</p> <p>Se entienden por n.º de inspecciones, las inspecciones realizadas a cada modelo, pudiendo ser inspecciones <i>inline</i>, <i>midline</i> o inspecciones finales.</p> <table border="1" data-bbox="453 1610 1396 1776"> <thead> <tr> <th rowspan="3"></th> <th colspan="6">Número de inspecciones en países de origen</th> </tr> <tr> <th colspan="3">2024/2025<sup>37</sup></th> <th colspan="3">2023/2024<sup>38</sup></th> </tr> <tr> <th>Presencial</th> <th>Remoto</th> <th>Total</th> <th>Presencial</th> <th>Remoto</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>China</td> <td>3.078</td> <td>114</td> <td>3.192</td> <td>2.641</td> <td>88</td> <td>2.729</td> </tr> </tbody> </table>		Número de inspecciones en países de origen						2024/2025 <sup>37</sup>			2023/2024 <sup>38</sup>			Presencial	Remoto	Total	Presencial	Remoto	Total	China	3.078	114	3.192	2.641	88	2.729																																														
	Número de inspecciones en países de origen																																																																								
	2024/2025 <sup>37</sup>			2023/2024 <sup>38</sup>																																																																					
	Presencial	Remoto	Total	Presencial	Remoto	Total																																																																			
China	3.078	114	3.192	2.641	88	2.729																																																																			

<sup>37</sup> Los datos reportados corresponden al número de inspecciones realizadas sobre los modelos comercializados de las temporadas comerciales de 2024.

<sup>38</sup> Los datos reportados corresponden al número de inspecciones realizadas sobre los modelos comercializados de las temporadas comerciales de 2023.

Principales actuaciones	Objetivos/descripción						
	India	474	48	522	611	28	639
	Portugal-España	176	2	178	234	2	236
	Total	3.728	164	3.892	3.486	118	3.604
	En los casos de no confirmada, los productos son rechazados o se aplican los cambios necesarios para cumplir los estándares de calidad.						
Nuevos modelos de tiendas	<p>Excelencia en el servicio</p> <p>En cuanto a los materiales utilizados en tienda se seleccionan materiales que necesiten poca transformación (como la madera maciza o el hierro sin lacar), cortinas sin tintes, materiales con alto contenido reciclado (como el revestimiento de cal, formado por agua, caliza y áridos, siendo reciclable al 100%) y de proximidad.</p> <p>Los locales cuentan con iluminación tipo led con sensores de presencia y están contruidos con aluminio natural extruido, un material considerado como muy sostenible al ser reciclable prácticamente en su totalidad.</p> <p>Este modelo de tienda se aplica en todas las nuevas aperturas, donde se intenta dentro de lo posible el empleo de materiales locales.</p>						
Comercio Online	<p>Excelencia en el servicio</p> <p>La venta <i>online</i> de Adolfo Domínguez representa el 14,57% del total de ventas. Además, se ha reforzado el servicio omnicanal y se ha mejorado y optimizado la imagen de la tienda online. Durante el ejercicio, la marca ha mantenido su presencia en diversos marketplaces.</p>						
Atención al cliente y excelencia en el servicio	<p>Mejora de la experiencia de compra para los clientes</p> <p>Adolfo Domínguez cuenta con un departamento denominado Servicio de Atención al Cliente (SAC). Esta área se centra en el contacto con clientes y conocer su opinión para dar cobertura a todas sus necesidades, y desarrolla las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• resolución de consultas planteadas por los clientes, en base a tres conceptos claves: satisfacción del cliente, calidad y rapidez;</li> <li>• escucha activa de los clientes con el objetivo de identificar puntos de mejora en el servicio;</li> <li>• realización de informes y análisis analíticos sobre preferencias de clientes para ajustar la oferta de la Compañía a los gustos expresados por los clientes.</li> </ul>						
Diseño e innovación sostenible de productos y servicios	<p>La innovación, la tecnología y la digitalización al servicio del cliente</p> <p>ECOSISTEMA ADN. Plataforma de servicios dinámicos y combinables entre sí, para dar respuesta a las necesidades de clientes actuales y potenciales.</p> <p>ADN BOX. Servicio de <i>personal shopper online</i> que combina el conocimiento de estilistas de la marca con tecnología de inteligencia artificial, mediante el cual los clientes reciben asesoramiento personalizado en base a su estilo, preferencias y necesidades.</p>						

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
	<p>ADN RENT. La marca ha puesto a disposición de sus clientes un servicio <i>online</i> de alquiler de prendas, a través del cual se puede alquilar ropa y complementos seleccionados de las colecciones.</p> <p>Además, la marca ha lanzado el servicio a través de un <i>marketplace</i> (<i>Borrow</i>), que dispone de una selección de prendas de mujer para alquilar. El proyecto busca ofrecer alternativas a la relación del consumidor con la moda, promoviendo el consumo responsable.</p> <p>ADN LIVE. Una plataforma de contenido de marca para informar sobre novedades que ofrece la marca a sus clientes: desfiles experienciales, eventos interactivos como el Live Shopping disponible en la web, RRSS y en la Living App Movistar+, eventos presenciales en tienda, acciones con <i>influencers</i> de la marca, <i>tips</i> de estilismo.</p> <p>ADN PLAY: Servicio de asesoramiento, estilismo y compra interactiva en tienda. Se trata de ofrecer un servicio abordado desde el entendimiento de preferencias y necesidades del cliente, y lograr su conexión con la marca.</p> <p>ADN PREMIUM. Servicio de suscripción para acceder a las colecciones de la marca con un descuento del 30% en compra y alquiler durante todo el año, y otros beneficios para disfrutar de productos, servicios y experiencias (<i>personal shopper</i> gratuito, envíos gratis en canal online, accesos VIP a eventos y experiencias).</p>
Captación y fidelización de clientes	<p>Captar y fidelizar de clientes.</p> <p>ADN CLUB. Club de fidelización que ofrece múltiples descuentos y ventajas especiales basadas en el nivel del cliente (Bronze, Silver o Gold). Los clientes se pueden dar de alta a través de diferentes puntos: tiendas físicas, tienda <i>online</i>, o campañas de lead ads.</p> <p>EXPERIENCIA DE COMPRA. Adolfo Domínguez ofrece varios servicios para mejorar la experiencia de compra de sus clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio 360: permite a los clientes gestionar el envío de regalos y la entrega de compras a domicilio. Además, pueden buscar tallas o colores en tienda y online y enviar esas prendas a donde deseen.</li> <li>• Servicio <i>clic &amp; collect</i>: ofrecer a los clientes de la marca la posibilidad de hacer la compra <i>online</i> y recoger el pedido en tienda.</li> <li>• tique digital.</li> <li>• Google My Business: Todas las tiendas de Adolfo Domínguez disponen de una ficha en Google My Business, para poder ofrecer información al usuario sobre la presencia de la marca a nivel mundial.</li> </ul> <p>EVENTOS EN TIENDA. Los eventos en tienda se enfocan en captar nuevos clientes y fidelizar la cartera actual a través de acciones de <i>marketing ad hoc</i>, como presentaciones exclusivas en tienda con estilistas o <i>influencers</i> de moda.</p> <p>LIVE SHOPPING. Experiencia de venta interactiva, que tiene por objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ampliar el alcance y <i>awareness</i> de la marca impactando en nuevas audiencias.</li> </ul>

Principales actuaciones	Objetivos/descripción
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• generar contenido de interés, potenciando la experiencia de marca de forma simultánea y bidireccional a través de <i>influencers</i> y estilistas reconocidos afines a la marca vía web y redes sociales.</li> <li>• incrementar ventas a nivel omnicanal.</li> <li>• optimización de recursos y costes a través de la digitalización.</li> <li>• viralización del contenido y mejorar el <i>awareness</i> de marca, especialmente en audiencias más jóvenes, hombre y mujer.</li> </ul> <p>NPS. Se mide la satisfacción de los clientes a través del envío de encuestas automáticas a los clientes después de su compra o devolución, para que valoren a la marca y otras preguntas cualitativas.</p>
Perfiles de clientes	<p>Optimizar la experiencia de cliente</p> <p>A través de análisis del perfil del cliente (genero, edad, historial de compras), se obtiene el conocimiento de sus intereses y la segmentación de audiencias, que permite innovar, adaptar y segmentar las comunicaciones de CRM, para ofrecer contenido relevante y complementario - <i>cross selling</i>. Mediante los grupos de control se entiende cómo impactan esas comunicaciones en el canal online y en la compra en tienda física.</p> <p>Previa autorización, y dependiendo del momento de experiencia en que se encuentre cada cliente, se envían las siguientes comunicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Bienvenida</i>: bienvenida al Club y envío de <i>voucher</i> del 15%.</li> <li>• <i>Completa tu registro</i>: se invita a los suscritos a la <i>newsletter</i> a completar su registro en el Club recordándoles las ventajas.</li> <li>• <i>Personaliza tu experiencia</i>: invita a clientes de los que no se tiene toda su información personal a completar su perfil.</li> <li>• <i>Cumpleaños</i>: felicitación y envío de <i>cashback</i> de cumpleaños.</li> <li>• <i>Caducidad</i>: aviso de caducidad de puntos de ADN Club en 15 días.</li> <li>• <i>Subida de nivel</i>: aviso de subida de nivel en el Club próxima.</li> <li>• <i>Gástate tu saldo ADN Club</i>: recordatorio de los puntos que tiene el cliente e invitación a gastarlo en nueva colección.</li> <li>• <i>Cross Selling</i>: 7 días después de que un cliente compra una prenda, le llega un <i>email</i> invitándole a comprar otras prendas complementarias.</li> </ul>

## 4. CONDUCTA EMPRESARIAL

### Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa

La Compañía cuenta con las siguientes políticas que le permiten alinear la conducta empresarial y su cultura corporativa:

- Código de Conducta y Prácticas Responsables
- Política de anticorrupción y antisoborno
- Estrategia y Política Fiscal
- Política de Contratación y Compras Generales
- Protocolo de Prevención y Detección de Delitos
- Reglamento del Comité de Ética
- Política de Comunicación Corporativa
- Política de Protección de Datos
- Política de Operaciones Vinculadas
- Manual de Gestión de Riesgos
- Procedimiento de Tesorería
- Procedimiento de Operaciones Vinculadas

El Código de Conducta y Prácticas Responsables es de alcance para todas las sociedades que integran Adolfo Domínguez y plasma el cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en materia de derecho de sindicación, libertad de asociación y negociación colectiva de todos los empleados.

Este Código establece diversos procedimientos de diligencia debida, entre ellos el Canal interno, a disposición de todos los empleados. A través de este canal se pueden comunicar:

- incumplimientos del Código de Conducta y cualquier otra normativa interna de conducta.
- acciones que pueda constituir infracciones del Derecho de la Unión Europea, tal y como indica la Ley (en materia de protección del informante, afecten a los intereses financieros de la Unión Europea y/o incidan en el mercado interior).
- acciones que puedan ser constitutivas de infracción penal o administrativa grave o muy grave.

El órgano responsable de este canal y del Sistema Interno de Información es el Comité de Ética, delegado en el responsable de Auditoría Interna. Durante el periodo de referencia se han recibido 15 comunicaciones, siendo 36 en el ejercicio anterior. La disminución se debe principalmente a que durante el ejercicio anterior se estaban canalizando incorrectamente por esta vía temas laborales.

El Comité de Ética, antes de realizar una investigación realiza un análisis para comprobar si estas informaciones se encuentran dentro de su ámbito de Competencia. Para el ejercicio 2024 se realizaron 9 investigaciones en comparación a las 16 realizadas en el ejercicio anterior. A la fecha del presente informe se encuentran todas ellas concluidas.

Durante el ejercicio 2024/2025, Adolfo Domínguez no ha recibido denuncias por casos de vulneración de Derechos Humanos, al igual que en el ejercicio anterior de 2023/2024.

Además de los compromisos adquiridos a través de la aprobación y publicación del Código de Conducta y Prácticas Responsables y del Código de Conducta de Fabricantes y Proveedores y con la intención de prevenir potenciales impactos y riesgos en los derechos humanos a lo largo de nuestra cadena de valor, la Compañía esta implementado distintos mecanismos en materia de diligencia debida basados en la Guía de la OCDE en esta materia:

- identificación:
  - trazabilidad de la producción.
  - validación de proveedores a través de su adhesión a nuestro Código de Conducta.
- evaluación de Riesgos:
  - riesgos por país.
  - análisis de las capacidades de producción de cada proveedor.
- supervisión:
  - controles internos en la cadena de suministro.
  - auditorías sociales.
  - en su caso, planes de acciones correctoras.
- comunicaciones y mecanismos correctores:
  - difusión de información a los grupos de interés.
  - informe sobre el Estado de la Información No Financiera.
  - Canal interno.

Adolfo Domínguez en una empresa comprometida con los Derechos Humanos, tal y como se refleja en la Política de Integridad, Sostenibilidad e Impacto Positivo. La Compañía toma como referencia los Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos, firmado en el año 2011 en Naciones Unidas, poniendo en práctica los mecanismos de responsabilidad de los Estados de respetar, proteger y cumplir los Derechos Humanos, la corresponsabilidad de las empresas y los mecanismos de reparación. La Compañía se compromete en evitar las prácticas discriminatorias, el rechazo al trabajo forzoso e infantil, la oferta de un trabajo digno, así como la promoción del respeto a los Derechos Humanos no sólo de los empleados, sino también de todos y cada uno de los proveedores y socios a lo largo de la cadena de suministro.

## Prevención y detección de la corrupción y el soborno

- la lucha contra la corrupción forma parte del comportamiento ético de Adolfo Domínguez. El Comité de Ética es el órgano encargado de velar por la prevención y detección de la corrupción el soborno y el blanqueo de capitales, reportando a la Comisión de Auditoría del Consejo. En esta materia, la Compañía cuenta con las siguientes políticas y controles generales:
- Procedimiento de Diligencia Debida de terceros.
- Matriz de poderes y Registro de Apoderados.
- Protocolo de Actuación.
- Política y Procedimiento de Aceptación y Ofrecimiento de Regalos y Atenciones.
- Política Anticorrupción y Antisoborno, que recoge los principios de actuación de Adolfo Domínguez en materia anticorrupción; en particular, las relaciones con terceros (clientes, proveedores, socios de negocio, administraciones públicas), la contribución a partidos políticos, etc.
- Política y procedimiento de Prevención de Blanqueo de Capital y Financiación del terrorismo
- Política de Donaciones
- Régimen Disciplinario

Adicionalmente, el Grupo ha adoptado las siguientes medidas para luchar contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales:

- Canal interno
- formación en código de conducta y prácticas responsables
- formación de *Compliance*
- prohibición de efectuar sobornos, favores o actos de corrupción por cualquier representante de Adolfo Domínguez
- prohibición de realizar pagos de facilitación
- proceso de autorización para las donaciones y contribuciones
- no se permiten realizar donaciones o contribuciones políticas sin la autorización del Consejo de Administración
- Procedimiento de Gestión de Efectivo en tienda del Grupo
- por regla general, no se realizan pagos a proveedores, empleados o acreedores en efectivo
- está prohibido aceptar u ofrecer regalos y atenciones fuera de las prácticas comerciales o de cortesía normales

Dentro del plan de formación de 2024 se incluyó una formación específica sobre la corrupción y el soborno.

Formación	POLÍTICA ANTICORRUPCIÓN Y ANTISOBORNO
Objetivo	Que el grupo de empleados con poder de decisión en AD conozcan que se ha implantado una Política de Anticorrupción y Antisoborno en la organización y sus responsabilidades con respecto a la misma.
Tipo de formación	Interna /Presencial
Órgano encargado	Comité de ética

Público objetivo	Comité de Dirección. Responsables de Compras de todos los departamentos. Departamento financiero.
Temporalidad	Septiembre 2024 / 1 hora

Durante el ejercicio 2024/2025 no se han detectado casos de corrupción o soborno, por lo tanto, no se recibieron condenas, ni se pagaron multas por infringir leyes en esta materia, al igual que ocurrió en el ejercicio anterior.

## Protección de datos y ciberseguridad

Adolfo Domínguez cuenta con un delegado de Protección de Datos (DPO), en contacto regular con todos los miembros relevantes de la Compañía, y con un Comité, que vela por la Seguridad de la Información, integrado por las Direcciones de Talento y Cultura, Auditoría Interna, Tecnología de la Información y Asesoría Jurídica.

Adolfo Domínguez cuenta con normativa relativa a esta materia:

- Política de Protección de Datos
- Política de Retención de Datos, que refuerza los controles implementados para asegurar la correcta administración de los datos.

Durante el ejercicio 2024/2025, la Compañía ha continuado impartiendo un plan de formación, concienciación y capacitación de los empleados en materia de seguridad de la información, tanto genérica para las nuevas incorporaciones, como específica para aquellas áreas especialmente sensibles.

Además, en el presente ejercicio la sociedad matriz ha sido auditada externamente en esta materia.

Dentro de su plan, se han ejecutado iniciativas relevantes en este sentido como la renovación y actualización de la infraestructura y productos de seguridad, haciendo especial énfasis en filiales, manteniendo los servicios existentes como los test de intrusión o "*pentesting*", como el servicio SOC 24x7, los sistemas de seguridad en todos los *endpoints*, y mejorando en las políticas y procesos con el plan de incorporar una nueva norma ISO 22301 correspondiente al ámbito de la continuidad de negocio.

La Compañía esta certificada en la ISO 27001 que certifica que la sociedad matriz cuenta con un sistema de gestión de seguridad de la información.

## Prácticas de pago

Dentro de la línea “importe total de pagos realizados en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad” figura el 7,19% de los pagos realizados a proveedores (9,7% en el ejercicio anterior) que superan los 60 días establecidos como máximo legal en no más de 10 días del vencimiento de la factura y la fecha de pago, por el motivo antes descrito.

	2024/2025	2023/2024
Periodo medio de pago a proveedores (en días)	64	53

## Información fiscal

El Impuesto sobre Sociedades de cada ejercicio se calcula con base en el resultado contable, obtenido por la aplicación de principios de contabilidad generalmente aceptados, que no necesariamente ha de coincidir con el resultado fiscal, entendido éste como la base imponible del citado impuesto. No obstante, algunas de las sociedades del grupo no residentes en España, de conformidad con sus respectivas normativas fiscales, calculan el Impuesto sobre Beneficios en función de parámetros tales como cifra de negocios o capital.

Los pagos de impuesto de sociedades o equivalente en las distintas sociedades filiales distribuidos por países en el ejercicio actual son:

	Detalle de pagos impuesto sociedades (Miles de euros)	
	2024/2025	2023/2024 <sup>39</sup>
México	922	1.417
España	(164)	(159)
Portugal	(37)	37
Japón	22	25
<b>Total</b>	<b>743</b>	<b>1.320</b>

Los resultados antes de impuestos del grupo distribuido por países se distribuyen como sigue:

	Beneficios (pérdidas), antes de impuestos (Miles de euros)	
	2024/2025	2023/2024
España	(235)	(531)
Portugal	211	(21)
Francia	65	(50)
México	2.185	4.667
China	147	77
Japón	294	(1.558)

<sup>39</sup> Se actualiza la información de pagos de impuestos para el ejercicio 2023/2024

Durante el ejercicio finalizado el 28 de febrero de 2025, Adolfo Domínguez recibió subvenciones de explotación por valor de 33.175,51 euros (42.041 euros en el ejercicio anterior). Otros ingresos de explotación de las cuentas anuales consolidadas de Adolfo Domínguez S.A y sociedades dependientes. Asimismo, durante el ejercicio Adolfo Domínguez no percibió bonificaciones.

## **ANEXO I. Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018**

Requerimiento Ley 11/2018	Estándar seleccionado GRI	Apartado Informe	Página	Principios del pacto mundial	ODS
<b>INFORMACIÓN DE CARÁCTER GENERAL</b>					
Descripción del modelo de negocio del grupo.	GRI 2-1   GRI 2-6   GRI 2-2	Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	8-10	Principio 6	ODS, 8, 16
Mercados en los que opera.	GRI 2-1   GRI 2-6	Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	11	N/A	ODS, 8, 16
Objetivos y estrategias.	GRI 3-3	Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	8-9	N/A	ODS, 8, 16
Principales factores y tendencias que afectan a la evaluación futura.	GRI 3-3	Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	8-10	N/A	ODS, 8, 16
<b>POLÍTICAS</b>					
Descripción de las políticas que aplica el grupo en materia no financiera y resultados de las mismas.	GRI 3-3   GRI 2-25	Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	13	N/A	ODS, 8, 16
<b>RIESGOS</b>					
Principales riesgos vinculados a las actividades del grupo, a sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos y cómo el grupo detecta y gestiona dichos riesgos.	GRI 3-3   GRI 2-12	Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	11-13	N/A	ODS, 8, 16
<b>MATERIALIDAD</b>					

Asuntos materiales.	GRI 3-1   GRI 3-2	Descripción de los procesos para determinar y evaluar impactos, riesgos y oportunidades materiales	18	N/A	ODS, 8, 16
OTROS					
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.	GRI 1	Bases generales para la elaboración del Estado de Información no Financiera	4	N/A	ODS, 8, 16
INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES AMBIENTALES					
INFORMACIÓN GENERAL					
Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad.	GRI 3-3   GRI 2-12   GRI 308-1	Políticas relacionadas con la mitigación y adaptación al cambio climático	19	Principio 7, 8 y 9	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	GRI 3-3   GRI 308-1	Políticas relacionadas con la mitigación y adaptación al cambio climático	19	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	GRI 3-3   GRI 2-12	Políticas relacionadas con la mitigación y adaptación al cambio climático	19	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
Aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	GRI 3-3	Políticas relacionadas con la mitigación y adaptación al cambio climático	19	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
CONTAMINACIÓN					

Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	GRI 3-3   GRI 305-7	Adopción de medidas relacionadas con la contaminación	20-21	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
<b>ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS</b>					
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	GRI 3-3   GRI 306-2	Adopción de medidas relacionadas con el uso de recursos y la economía circular	38-39	Principio 7, 8 y 9	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	N/A	N/A	N/A	N/A	ODS 2,12
<b>USO SOSTENIBLE DE RECURSOS</b>					
Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	GRI 303-3   GRI 303-5	Consumo de agua	32	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	GRI 301-1   GRI 302-1	Uso de recursos y economía circular	35-37	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
Consumo, directo e indirecto, de energía.	GRI 3-3   GRI 302-1	Consumo de energía y combinación energética	25-26	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	GRI 302-1	Adopción de medidas relacionadas con el cambio climático	20-21	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
<b>CAMBIO CLIMÁTICO</b>					

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.	GRI 305-1   GRI 305-2	Emisiones brutas de GEI de los alcances 1, 2, 3 y emisiones de GEI totales	26-28	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	GRI 3-3	Adopción de medidas relacionadas con el cambio climático	20-21	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
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.	GRI 3-3	Emisiones brutas de GEI de los alcances 1, 2, 3 y emisiones de GEI totales	26	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
<b>PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD</b>					
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	GRI 3-3	Adopción de medidas relacionadas con la biodiversidad	33-34	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	GRI 3-3	Políticas relacionadas con la biodiversidad	33	N/A	ODS 3, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 15
<b>INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL</b>					
<b>EMPLERO</b>					
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.	GRI 2-7   GRI 405-1	Características de los trabajadores	48-50	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.	GRI 2-7	Características de los trabajadores	48-50	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16

Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.	GRI 2-7   GRI 405-1	Características de los trabajadores	48-50	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	GRI 3-3	Características de los trabajadores	51	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	GRI 3-3   GRI 405-2	Parámetros de retribución (brecha salarial y retribución total)	53-54	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Brecha salarial.	GRI 405-2	Parámetros de retribución (brecha salarial y retribución total)	54-55	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	GRI 405-2	Parámetros de retribución (brecha salarial y retribución total)	53-54	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.	GRI 405-2	Parámetros de retribución (brecha salarial y retribución total)	53-54	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Implantación de políticas de desconexión laboral.	GRI 3-3	Adopción de medidas relacionadas con los trabajadores	43-47	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Empleados con discapacidad.	GRI 405-1	Personas con discapacidad	52	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO					

Organización del tiempo de trabajo.	GRI 3-3	Parámetros de conciliación laboral	53	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Número de horas de absentismo.	GRI 3-3	Parámetros de conciliación laboral	53	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	GRI 3-3	Adopción de medidas relacionadas con los trabajadores	43-47	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
<b>SALUD Y SEGURIDAD</b>					
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	GRI 3-3   GRI 403-1	Parámetros de salud y seguridad	52-53	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad.	GRI 403-2   GRI 403-3   GRI 403-9	Parámetros de salud y seguridad	52-53	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Enfermedades profesionales, desagregado por sexo.	GRI 403-2   GRI 403-3   GRI 403-10	Parámetros de salud y seguridad	53	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
<b>RELACIONES SOCIALES</b>					
Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.	GRI 3-3   GRI 403-1	Canales para que los trabajadores expresen sus inquietudes	43	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	GRI 2-30	Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social	51	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16

Balace de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	GRI 3-3   GRI 403-1   GRI 403-4	Parámetros de salud y seguridad	51	Principio 3 y 6	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
<b>FORMACIÓN</b>					
Políticas implementadas en el campo de la formación.	GRI 3-3   GRI 404-2	Políticas relacionadas con los trabajadores	42	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1	Parámetros de formación y desarrollo de capacidades	52	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
<b>ACCESIBILIDAD</b>					
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 3-3   GRI 405-1	Personas con discapacidad	52	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
<b>IGUALDAD</b>					
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	GRI 3-3	Adopción de medidas relacionadas con los trabajadores	43-47	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres).	GRI 3-3	Adopción de medidas relacionadas con los trabajadores	44	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Medidas adoptadas para promover el empleo.	GRI 3-3	Adopción de medidas relacionadas con los trabajadores	43-47	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.	GRI 3-3	Políticas relacionadas con los trabajadores	43-47	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16

Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	GRI 3-3	Personas con discapacidad	52	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	GRI 3-3	Políticas relacionadas con los trabajadores	42	N/A	ODS 3, 4, 5, 8, 10, 16
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS</b>					
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.	GRI 3-3	Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa	69	Principio 1 y 2	ODS 5, 8, 10, 16
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.	GRI 2-23   GRI 2-26   GRI 3-3   GRI 412-1	Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa	69	Principio 1 y 2	ODS 5, 8, 10, 16
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.	GRI 2-26   GRI 3-3   GRI 419-1   GRI 406-1	Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa	69	Principio 3, 4, 5 y 6	ODS 5, 8, 10, 16
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 3-3   GRI 408   GRI 409	Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa	69	Principio 3, 4, 5 y 6	ODS 5, 8, 10, 16
<b>INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO</b>					
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	GRI 2-23   GRI 2-26   GRI 3-3	Prevención y detección de la corrupción y el soborno	71-72	Principio 10	ODS 8, 16

Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	GRI 2-23   GRI 2-26   GRI 3-3	Prevención y detección de la corrupción y el soborno	71-72	Principio 10	ODS 8, 16
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	GRI 3-3   GRI 413-1	Adopción de medidas relacionadas con la comunidad local	59-61	Principio 10	ODS 8, 16
<b>INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD</b>					
<b>COMPROMISOS DE LA EMPRESA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE</b>					
Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	GRI 3-3   GRI 203-1   GRI 203-2	Políticas relacionadas con la comunidad local	59	N/A	ODS 5, 8, 12, 13, 16
Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	GRI 3-3   GRI 203-1   GRI 203-2	Políticas relacionadas con la comunidad local	59	N/A	ODS 5, 8, 12, 13, 16
Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	GRI 2-29	Canales para que la comunidad local exprese sus inquietudes	59	N/A	ODS 5, 8, 12, 13, 16
Acciones de asociación o patrocinio.	GRI 102-12   GRI 2-28   GRI 203-1	Adopción de medidas relacionadas con la comunidad local	59-61	N/A	ODS 5, 8, 12, 13, 16
<b>SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES</b>					
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	GRI 3-3   GRI 2-6	Adopción de medidas relacionadas con los proveedores	56-58	N/A	ODS 5, 8, 12, 13, 16

Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	GRI 3-3   GRI 2-6	Adopción de medidas relacionadas con los proveedores	56-58	N/A	ODS 5, 8, 12, 13, 16
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	GRI 3-3   GRI 2-6	Adopción de medidas relacionadas con los proveedores	56-58	N/A	ODS 5, 8, 12, 13, 16
<b>CONSUMIDORES</b>					
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	GRI 3-3   GRI 416-1	Adopción de medidas relacionadas con los clientes	64-68	N/A	ODS 9, 16
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	GRI 2-26   GRI 3-3	Canales para que los clientes expresen sus inquietudes	62-63	N/A	ODS 9, 16
<b>INFORMACIÓN FISCAL</b>					
Beneficios obtenidos país por país.	GRI 207-4	Información fiscal	73	N/A	ODS 1, 8, 9, 17
Impuestos sobre beneficios pagados.	GRI 207-4	Información fiscal	73	N/A	ODS 1, 8, 9, 17
Subvenciones públicas recibidas.	GRI 201-4	Información fiscal	73	N/A	ODS 1, 8, 9, 17

**ANEXO II. Tablas de reporte de Taxonomía**

VOLUMEN DE NEGOCIO		2024		Criterios de contribución Substantial						Criterios de ausencia de perjuicio significativo DSNH (Do Not Significantly Harm)										
Actividades económicas	Código (1)	Volumen de negocio	Proporción de Volumen de negocio, año 2024	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Recursos hídricos y marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad y ecosistemas	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Recursos hídricos y marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad y ecosistemas	Garantías Mínimas	Proporción del volumen de negocio que se ajusta a la taxonomía (A1) o elegible según la taxonomía (A2)	Categoría actividad facilitadora	Categoría actividad de transición	
				S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	%	F
<b>A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMIA</b>																				
<b>A1. Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía)</b>																				
Volumen de negocios de las actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía) (A1)		0																		
De las cuales: facilitadoras		0	0,00%																	
De las cuales: de transición		0	0,00%																	
<b>A2. Actividades elegibles según la taxonomía, pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)</b>																				
		M€	%	EL; N/EL (3)	EL; N/EL (3)	EL; N/EL (3)	EL; N/EL (3)	EL; N/EL (3)	EL; N/EL (3)											
Producto como servicio y otros modelos circulares de servicios orientados al uso y los resultados	CE 5.5	0,02	0,00%	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL	N/EL											
Volumen de negocio de las actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía (A2))		0,02	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%											
A. Volumen de negocio de las actividades elegibles según la taxonomía (A1 + A2)		0,02	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%								0,00%			
<b>B. ACTIVIDADES NO ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMIA</b>																				
Volumen de negocio de las actividades no elegibles según la taxonomía		136.2 €	100%																	
<b>TOTAL</b>		<b>136.5 €</b>	<b>100%</b>																	

(1) El Código representa la abreviatura del objetivo al que la actividad realiza una contribución sustancial, así como el número de sección de la actividad en el anexo pertinente del objetivo:

## Estado de Información no Financiera

al 28 de febrero de 2025

---

ADOLFODOMINGUEZ

- Mitigación del cambio climático: CCM.
- Adaptación al cambio climático: CCA.
- Recursos hídricos y marinos: WTR.
- Economía circular: CE.
- Prevención y control de la contaminación: PPC.
- Biodiversidad y ecosistemas: BIO.
- Miles de euros: M€

(2) S: sí, actividad elegible según la taxonomía y que se ajusta a la taxonomía en relación con el objetivo medioambiental pertinente.

N: no, actividad elegible según la taxonomía, pero que no se ajusta a la taxonomía en relación con el objetivo medioambiental pertinente.

N/EL: no elegible, actividad no elegible según la taxonomía para el objetivo medioambiental pertinente.

(3) EL: actividad elegible según la taxonomía para el objetivo pertinente.

N/EL: actividad no elegible según la taxonomía para el objetivo pertinente.

CapEX

				2024						Criterios de contribución Substantial						Criterios de ausencia de perjuicio significativo DNSH (Do Not Significantly Harm)			
Actividades económicas	Código (1)	CapEX	Proporción de CapEX, año 2024	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Recursos hídricos y marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad y ecosistemas	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Recursos hídricos y marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad y ecosistemas	Garantías Mínimas	Proporción de Capex que se ajusta a la taxonomía (A1) o elegible según la taxonomía (A2), año 2023	Categoría actividad facilitadora	Categoría actividad de transición
		M€	%	S; N; N/E L (2)	S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S; N; N/EL (2)	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	%	F	T
<b>A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMIA</b>																			
<b>A1. Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía)</b>																			
CapEX de las actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía) (A1)		0																	
De las cuales: facilitadoras		0,00M€	0,00%																
De las cuales: de transición		0,00M€	0,00%																
<b>A2. Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)</b>																			
		M€	%	EL; N/E L (3)	EL; N/EL (3)	EL; N/EL (3)	EL; N/EL (3)	EL; N/EL (3)	EL; N/EL (3)	EL; N/EL (3)									
Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	CCM 7.3	74,14	0,5%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL							0,01%		
CapEX de las actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía (A2))		74,14	0,5%	0,5 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %							0,7%		
A. CapEX de las actividades elegibles según la taxonomía (A1 + A2)		74,14	0,5%	0,5 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %							0,7%		
<b>B. ACTIVIDADES NO ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMIA</b>																			
CapEX de actividades no elegibles según la taxonomía		15.172	99,5%																
<b>TOTAL</b>		15.246	100%																

## Estado de Información no Financiera

al 28 de febrero de 2025

---

ADOLFODOMINGUEZ

Proporción del CapEx/CapEx total

1\* Que se ajusta a la taxonomía por objetivo

2\*\* Elegible según la taxonomía por objetivo

### Proporción del CapEx/CapEx total

---

Objetivos	que se ajusta a la taxonomía por objetivo	elegible según la taxonomía por objetivo
CCM	0,00%	0,50%
CCA	0,00%	0,00%
WTR	0,00%	0,00%
CE	0,00%	0,00%
PPC	0,00%	0,00%
BIO	0,00%	0,00%

## **ANEXO III. Informe de verificación independiente**