



## ENTREVISTA

Manuel Puig, Vice Chairman and Chief Sustainability Officer de Puig.

“Los consumidores esperan que Puig mantenga la calidad de sus productos haciéndolos cada vez más sostenibles”

Puig es una empresa creadora de marcas de moda y belleza altamente deseables que fomentan el bienestar, la confianza y la autoexpresión, a la vez que aspiran a dejar un mundo mejor a la siguiente generación. Desde 1914, el espíritu emprendedor, la creatividad y la pasión por la innovación han convertido a Puig en un referente en el ámbito de la belleza y la moda. Manuel Puig es Vice Chairman and Chief Sustainability Officer de Puig.



**Un logro de nuestro programa 2014 - 2020 fue la reducción del 55% de la huella de carbono en emisiones de GEI/ Ingresos netos, y en el caso de logística, reducción del 25%.**

**Hay una nueva tendencia hacia el “refill”, el DIY (“do it yourself”), la recarga... y la estamos aplicando ya en muchos de nuestros productos y marcas.**

**Puig identifica 5 áreas materiales con mayor impacto en el planeta, las personas y el desarrollo: Emisiones, Materiales, biodiversidad, Agua y Aprovechamiento justo.**

#### **¿Denos algunos datos para contextualizar a Puig?**

Con presencia en las categorías de fragancias y moda, maquillaje y dermocosmética, sus marcas generan compromiso, conectan emocionalmente y cuentan grandes historias, reforzadas por un potente ecosistema de fundadores. Es un modelo único, en su mayoría, formado por marcas propias de gran resonancia y relevancia. Tenemos 18 marcas de 10 países distintos, que vendemos a través de nuestras 30 filiales llegando a unos 130 países. Hoy Puig es una empresa que da empleo a casi 10.000 personas en todo el mundo. Puig defiende los valores y principios establecidos por tres generaciones de liderazgo familiar. Actualmente sigue construyendo sobre este legado a través de un fuerte compromiso con su Agenda ESG 2030 (medioambiental, social y de gobernanza corporativa), y en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

#### **¿Cuáles son las líneas maestras de Puig en ESG?**

En 2020 nos comprometimos a posicionar Puig entre las empresas más respetadas en sostenibilidad (ESG) de nuestro sector. Cabe resaltar que nuestro sector no es un sector de fuerte intensidad de emisiones. No obstante, algunos de nuestros competidores más significativos son

empresas ejemplares en temas de sostenibilidad a nivel mundial, tanto dentro como fuera de nuestro sector.

Nuestro propósito continúa siendo el de esforzarnos por actuar de la manera más responsable posible y contribuir a que el mundo sea un lugar mejor para las generaciones venideras; ése será nuestro legado. Pero sin duda los retos a los que nos enfrentamos como compañía, como sociedad y como planeta, son cada vez más exigentes, por lo que en estos momentos se impone un sentido de urgencia, de actuar con mayor rapidez y firmeza.

#### **A menudo citan dos compromisos globales en lo que sostenibilidad de refiere ¿cuáles son?**

Efectivamente, Puig trabaja con el objetivo de contribuir a dos compromisos globales: contribuir a limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C en 2030 en línea con el Acuerdo de París; y ser una organización “net zero” en 2050. Para alcanzarlos, Puig integra criterios ambientales, sociales y de buen gobierno (ESG) en su cultura, modelo de negocio, estrategia y también en su día a día.

#### **¿Qué resultados obtuvieron el anterior programa 2014-2020?**

Desde que Puig lanzó su primer programa de sostenibilidad en 2014 los logros han sido considerables, si

bien somos conscientes de que no es suficiente y de que todavía no estamos donde queremos y debemos estar. Para conseguirlo, el esfuerzo colectivo de todas las divisiones, empleados y colaboradores de Puig es fundamental; nadie puede quedar fuera. Este esfuerzo colectivo debería darnos una razón importante para estar orgullosos de lo que hacemos, así como para ganarnos el respeto de la sociedad en la que vivimos.

#### **Más en detalle, ¿cuáles fueron los principales logros?**

Los principales logros de nuestro programa hasta 2020 fueron: reducción del 55% de la huella de carbono en emisiones de GEI/Ingresos netos, y en el caso de logística, reducción del 25% en emisiones de GEI/Ingresos netos. 100% del cartón de nuestros plegables procede de bosques gestionados de forma sostenible y 100% del alcohol utilizado de recursos naturales. Carbono neutro en la etapa de producción de todas nuestras fábricas. 100 % de electricidad renovable y cero residuos a vertedero en nuestras fábricas y sedes de Barcelona y París. Por último, hemos obtenido una reducción del 84% del consumo de papel por empleado.

#### **¿Qué lugar ocupa la 2030 ESG Agenda que proponen?**

En 2021 lanzamos el segundo

programa de sostenibilidad de Puig: la Agenda ESG 2030. Esta Agenda rediseña nuestra hoja de ruta para los próximos años y da un paso más para alinear nuestra estrategia con los estándares internacionales más relevantes, como el Acuerdo de París sobre cambio climático, el Plan de Acción de la UE para la Economía Circular, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y el compromiso de ser una organización “net zero” en 2050. La nueva Agenda ESG 2030 contempla objetivos desafiantes y ambiciosos, un programa basado en 6 pilares, desplegado a través de 16 programas específicos y 40 iniciativas que abordan los temas de sostenibilidad más relevantes de la industria.

#### **¿Con qué estándares trabajan y cómo?**

En la actualidad continuamos construyendo sobre nuestro legado familiar, a través de un firme compromiso con la Agenda ESG 2030, y siempre cumpliendo con los más importantes estándares internacionales: Sustainable Development Goals, United Global Compact, CDP -donde hemos conseguido una A- en Climate-, SBT, TCFD, BCorp -con nuestra marca Apivita-, Ecovadis -con una Gold Medal-, Sustainalytics... No debemos olvidar que es muy importante formar

**Puig trabaja con el objetivo de contribuir a dos compromisos globales: contribuir a limitar el aumento de la temperatura global a 1,5° C en 2030 en línea con el Acuerdo de París; y ser una organización “net zero” en 2050.**

**Los retos a los que nos enfrentamos como compañía, como sociedad y como planeta, son cada vez más exigentes, por lo que en estos momentos se impone un sentido de urgencia.**

**En 2020 nos comprometimos a posicionar Puig entre las empresas más respetadas en sostenibilidad (ESG) de nuestro sector.**



**Algunos competidores son empresas ejemplares en temas de sostenibilidad a nivel mundial, tanto dentro como fuera de nuestro sector.**

**La creación del nuevo rol de CSO (Chief Sustainability Officer), y del ESG Committee, impulsará la estrategia ESG y garantizará que se implemente el mandato de la familia.**

**La introducción de criterios ESG en la remuneración de los directivos nos ayudará a movilizar a toda la organización en la consecución de la Agenda.**

a nuestros colectivos para que tomen conciencia de que una empresa con un claro propósito de sostenibilidad es una mejor empresa, tanto a nivel de satisfacción de sus colaboradores, como para tener éxito como empresa en el futuro.

**¿Qué cree Ud es lo más destacado de los 6 pilares y los 16 programas de la estrategia de Puig hacia 2030?**

Puig parte de la identificación de las cinco áreas materiales con mayor impacto en el planeta, las personas y el desarrollo. Estas áreas son Emisiones, Materiales, ingredientes y residuos, Biodiversidad, Agua y Aprovechamiento justo. El plan de implementación se desarrolla en 6 pilares y se aplica al perímetro global del negocio. Cada pilar se construye en base a varios objetivos cuantitativos, medibles y ambiciosos para 2030, implicando a toda la cadena de valor. El modelo de gobierno ESG en Puig es "embedded". Los programas de sostenibilidad forman parte de la agenda de todo el equipo directivo.

**¿Qué compromiso ESG les exigen los consumidores de sus productos? ¿Cómo les tienen en cuenta?**

Los consumidores esperan que Puig mantenga la calidad de sus productos haciéndolos cada vez más sostenibles. Eso se traduce en productos más naturales, elaborados con materiales

certificados, en envases más fáciles de reciclar... Hoy hay una nueva tendencia hacia el "refill", el DIY ("do it yourself"), la recarga... Y la estamos aplicando ya en muchos de nuestros productos y marcas. El consumidor va a ser cada día más experto en temas de ESG y evidentemente eso va a condicionar sus preferencias por las marcas que va a adquirir y a las que permanecerá fiel.

**¿Es complicado desarrollar una agenda ESG teniendo instalaciones en tantos países y comercializando productos en tantos mercados?**

El reto es trabajar con una Agenda ESG única para todas las marcas y regiones, pero que contemple la especificidad de cada negocio. Una agenda como ésta y con el reto de actuar con urgencia, sólo puede alcanzarse con el soporte del CEO y del top management para que el mensaje llegue a toda la organización. En este sentido, la creación del nuevo rol de CSO (Chief Sustainability Officer), y del ESG Committee, impulsará la estrategia ESG y garantizará que se implemente el mandato de la familia.

Además, es clave seguir trabajando con un modelo "embedded" en el que el compromiso con los objetivos sea asumido y compartido por todos los niveles de la organización, incorporándolo cada cual en su

función y en su día a día. Finalmente, necesitamos ser rigurosos y científicos, definiendo indicadores y métricas que nos den visibilidad sobre nuestro desempeño. Sólo así sabremos si estamos contribuyendo realmente a los hitos internacionales a los que nos hemos adherido.

También, la introducción de criterios ESG en la remuneración de los directivos de todas las unidades de negocio, tanto en los objetivos a largo plazo como en el bonus anual, nos ayudará a movilizar a toda la organización en la consecución de la Agenda. La mejora de las certificaciones, que es nuestra prioridad, es difícil de entender a nivel individual y por ello hemos puesto una larga lista de objetivos fácilmente entendibles para que, entre todos nosotros, de forma colectiva, movamos la pelota hacia adelante.

**¿Qué les exigen a sus proveedores, en términos de sostenibilidad?**

La monitorización de los proveedores es clave en esta gestión de la cadena de suministro y en Puig se realiza a través de dos reputadas plataformas: EcoVadis y Sedex. El objetivo es asegurar el buen desempeño de los proveedores en materia ESG. Se ha llevado a cabo la sexta campaña de evaluación con EcoVadis, con un alcance de prácticamente el 60%

del volumen de compras global. La puntuación promedio fue de 61 puntos (60,4 en 2021), 16 puntos por encima de la media de EcoVadis. También la primera campaña de CDP Supply Chain con proveedores, con el doble objetivo de tener mejor acceso a sus datos de emisiones para mejorar el cálculo de la huella de carbono de Puig, y de disponer de más información sobre su actuación medioambiental. Se lanzó la campaña a los proveedores clave (122), con una respuesta muy satisfactoria del 69%.

**¿Cómo son las auditorías que realizan a sus proveedores?**

En Puig, el enfoque de las auditorías a los proveedores es integrado, es decir, que se auditan todos los aspectos relacionados en el Sistema de Gestión Integrado: gestión de la calidad, buenas prácticas de fabricación, medio ambiente así como la seguridad y salud ocupacional. Se elabora un Programa Anual de Auditorías Internas que incluye a proveedores de materias primas, material de packaging y terceros subcontratados (las denominadas auditorías de segunda parte).

La mayor dificultad hoy en día está en la reducción up-stream del scope 3, con lo cual deberemos tener proveedores muy comprometidos con las reducciones del Acuerdo de París.

**Elaboramos un Programa Anual de Auditorías Internas que incluye a proveedores de materias primas, material de packaging y terceros subcontratados.**

**La mayor dificultad hoy en día está en la reducción up-stream del scope 3, con lo cual deberemos tener proveedores muy comprometidos con las reducciones del Acuerdo de París.**



**La FEC es una organización excepcional con una visión mundial y con un conocimiento de lo que ocurre y de lo que se nos viene encima fuera de lo común.**

**Ser “net zero” en 2050 pasa por un cambio en la forma de trabajar en la cadena de suministro y una mayor imaginación en la creación de nuestros productos y procesos.**

París. Debemos vigilar a los que vayan algo retrasados, apoyarlos para que mejoren y, lamentablemente, deberemos prescindir de los que no tengan una agenda correcta.

**¿Cómo valoran la colaboración con la Fundación Empresa y Clima, de la que Puig es Patrón?**

La incorporación a la Fundación Empresa y Clima implica la posibilidad de participar activamente en un foro de compañías altamente comprometidas con los acuerdos internacionales para descarbonizar el planeta y trabajar por un mundo mejor.

Llegamos a un excelente foro para intercambiar conocimiento y buenas prácticas con profesionales muy expertos en la materia y con gran capacidad de influencia, que nos permite participar en eventos y conferencias de primer orden internacional que nos dan visibilidad sobre los retos del futuro. Hemos encontrado en la FEC una organización excepcional con una visión mundial y con un conocimiento de lo que ocurre y de lo que se nos viene encima fuera de lo común.

**Por último, ¿cuáles son los planes de futuro de Puig desde el punto de vista ESG? ¿Cómo conseguirán ser “net zero” en 2050?**

Nuestra Agenda marca un mapa de ruta a 2030 en línea con el compromiso de ser net zero en 2050. Para conseguir ser net zero en 2050, hemos definido tres palancas: innovación, colaboración con nuestros stakeholders, y lanzamiento de programas de reducción de emisiones y captura de CO2 en la cadena de suministro (insetting).

El plan para llegar a “net zero” en 2050, pasa de forma determinante por un cambio en la forma de trabajar en la cadena de suministro, así como por una mayor imaginación en la creación de nuestros productos y procesos.