# MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2022

## SASMAT RETAIL

# PDPAOLA

# ÍNDICE

**Sobre este informe** 3
**Un mensaje de nuestros fundadores** 4

**0. 2022 EN UN VISTAZO** 5

**1. SASMAT RETAIL & PDPAOLA** 13

1.1 Nuestro modelo de negocio 15
1.2 Nuestra misión 17
1.3 Visión y valores 18

**2. NUESTRO ENFOQUE EN SOSTENIBILIDAD** 20

2.1 Identificación y diálogo con grupos de interés 21
2.2 Análisis de materialidad 22
2.3 Alineamiento con los ODS 24

**3. CULTURA ÉTICA Y DE COMPLIANCE** 27

3.1 Estructura de gobierno dedicada 29
3.2 Códigos de conducta y políticas corporativas 30

**4. PERSONAS** 32

4.1 One team, one dream 34
4.2 Gestión del talento 35
4.3 Salud y seguridad en el trabajo 38
4.4 Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades 40
4.5 Nuestra comunidad 42
4.6 Datos clave 45

**5. PLANETA** 51

5.1 Consumo energético 53
5.2 Nuestra huella de carbono 54
5.3 Datos claves 55

**6. PRODUCTO** 57

6.1 Hacia materiales más responsables 59
6.2 Salud y seguridad de producto 60
6.3 Cadena de suministro 61
6.4 Packaging 67

**7. ALIANZAS** 69

7.1 Responsible Jewellery Council (RJC) 71
7.2 UN Global Compact 72

**8. ANEXOS** 73

8.1 Índice de contenidos GRI 74
8.2 Contribución más relevante a los ODS 77

# SOBRE ESTE INFORME

Este es el segundo informe anual de progreso de sostenibilidad de SASMAT RETAIL S.L. y su firma PDPAOLA.

El presente informe representa un hito importante en nuestro compromiso continuo con la sostenibilidad y nos permite compartir los avances logrados durante el año fiscal comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2022.

En SASMAT RETAIL, seguimos trabajando y colaborando hacia una industria de la joyería más responsable, y este informe es una prueba más de nuestro compromiso real con la sostenibilidad, ya que nos proporciona el espacio para comunicar nuestros esfuerzos y mostrar nuestro compromiso real. Para ello, el informe está estructurado en torno a los pilares fundamentales de nuestra estrategia de sostenibilidad y se ha elaborado de conformidad con los principios de participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad, materialidad y exhaustividad.

El informe se publica en inglés y español y está disponible en nuestra página web corporativa.

Para más información sobre nuestro compromiso con la sostenibilidad visítanos en https://www.pdpaola.com/pages/jewelry-sustainability

Si tiene preguntas o comentarios, póngase en contacto con nosotros en sustainability@pdpaola.com

# UN MENSAJE DE NUESTROS FUNDADORES

Si echamos la vista atrás, 2022 fue un año marcado por desafíos geopolíticos y económicos. Sin embargo, estos desafíos nos permitieron apreciar la solidez de nuestros sistemas de gestión de manera positiva.

La resiliencia se ha convertido en parte integral de nuestra cultura empresarial. Nuestra capacidad para superar obstáculos y mantenernos firmes en nuestra visión y misión nos ha fortalecido y nos impulsa a seguir creciendo y evolucionando en el camino hacia la sostenibilidad, permitiéndonos superar obstáculos y seguir avanzando hacia nuestros objetivos.

Parte de ello se atribuye a nuestro **Plan Estratégico de Sostenibilidad** iniciado hace 2 años. A medida que hemos avanzado en nuestro viaje hemos aprendido que podemos conseguir mucho. Trabajando con nuestro equipo, socios comerciales y otros grupos de interés, sabemos que podemos tener un impacto positivo en nuestra forma de hacer negocios.

Hemos aprendido que siempre existe margen para mejorar la forma de hacer las cosas. Claro ejemplo es la mejora de nuestro **Programa de Abastecimiento Responsable**, mediante el cual colaboramos estrechamente con nuestra cadena de suministro para garantizar su cumplimiento, así como mejorar la trazabilidad y la transparencia en nuestras operaciones. Este enfoque nos ha brindado una visibilidad más amplia y clara, desde las etapas iniciales en las refinerías hasta el producto final.

En 2022, también hemos lanzado nuestro primer **Plan de Igualdad**, el cual busca fomentar la igualdad de oportunidades y la no discriminación entre los trabajadores, mediante la implementación de medidas concretas.

Con relación a nuestra marca, hemos actualizado el **logotipo de PDPAOLA**, con el objetivo de reflejar nuestra evolución como empresa y fortalecer nuestra identidad de marca. Además, hemos llevado a cabo una expansión estratégica a nivel nacional e internacional mediante **siete nuevas aperturas de PDPAOLA**. Estas aperturas no solo han permitido aumentar nuestra presencia en el mercado, sino que también nos han brindado la oportunidad de acercarnos a nuevos clientes y comunidades.

En conclusión, **nuestro compromiso con la sostenibilidad se mantiene firme.** A medida que avanzamos en nuestro viaje, reconocemos la importancia de superar obstáculos, mejorar nuestras prácticas y ampliar nuestro impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Nos enorgullece el progreso que hemos logrado hasta ahora y nos sentimos inspirados a seguir impulsando un cambio significativo en el futuro.

Paola & Humbert Sasplugas,
Fundadores & CEOs



0

# 2022 EN UN VISTAZO

# 2022 EN UN VISTAZO

(1) **NUEVO LOGO PDPAOLA**

(2) **APERTURA EN TMALL**

(3) **PUBLICACIÓN DE LA PRIMERA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD**

(4) **PUBLICACIÓN DEL PRIMER PLAN DE IGUALDAD**

(5) **APERTURA DE 5 TIENDAS EN ESPAÑA**

(6) **2 APERTURAS EN LATINOAMÉRICA: PERÚ Y PUERTO RICO**

# 2022 EN UN VISTAZO

**+800.000 UNIDADES VENDIDAS**

# 2022 EN UN VISTAZO

# 138 TRABAJADORES[1]

[1] Incluye empleados y trabajadores autónomos o trabajadores de otras organizaciones dedicados a tiempo completo a las necesidades de SASMAT RETAIL

# 2022 EN UN VISTAZO

**+2.300 PUNTOS DE VENTA**

## 2022 EN UN VISTAZO

# +100 PAÍSES CON PRESENCIA DIGITAL

## 2022 EN UN VISTAZO

# 49 PAÍSES CON PRESENCIA FÍSICA


PDPAOLA


PDPAOLA

1

# SASMAT RETAIL & PDPAOLA

1.1 Nuestro modelo de negocio
1.2 Nuestra cadena de valor
1.3 Nuestra misión
1.4 Visión y valores

# 1

**SASMAT RETAIL S.L. registrada en 2015, es el resultado de la visión de los hermanos Paola y Humbert, que fundan la marca comercial PDPAOLA con una misión clara: revolucionar la industria de la joyería.**

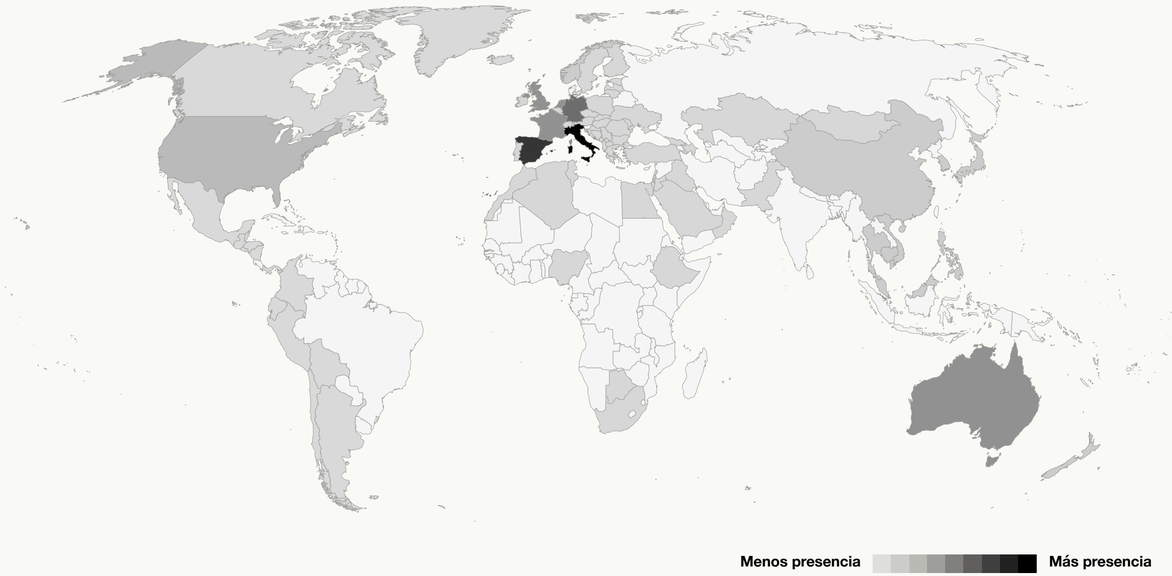
**Con sede en Barcelona, SASMAT RETAIL cerró 2022 con 126 personas empleadas y más de 800 000 joyas vendidas en todo el mundo.**

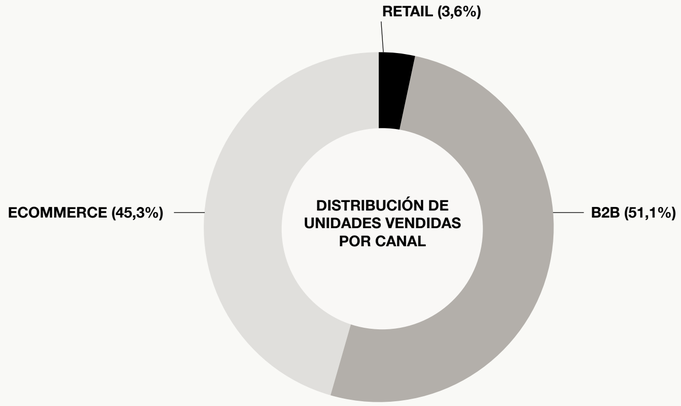
# 1.1
# NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

Nuestro negocio es global. Vendemos en todo el mundo a través de nuestra website y otras plataformas e-commerce. También contamos con más de 2.300 puntos de venta internacionales distribuidos en más de 49 países.

PDPAOLA nació como una marca Nativa Digital y ha expandido su presencia en el mercado a través de una combinación de canales online y offline. En 2021, abrimos nuestra primera tienda física y en 2022 continuamos nuestra expansión con la apertura de cinco nuevas tiendas en ubicaciones estratégicas en España e iniciamos nuestra expansión internacional con dos nuevas aperturas en Latinoamérica localizadas en Perú y Puerto Rico. En 2023, llevaremos más allá nuestra expansión con aperturas internacionales.

Con nuestras tiendas buscamos ofrecer a los clientes la experiencia física de la marca, siendo fieles a nuestra esencia de sofisticación sin esfuerzos. Creamos espacios que van más allá de las tiendas tradicionales: espacios acogedores donde los visitantes podrán sumergirse en el emocionante mundo de PDPAOLA, interactuar con nuestros expertos en joyería, descubrir las últimas novedades y participar en eventos especiales.



# 1.1
# NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

Nuestros productos son diseñados en nuestra sede en Barcelona y fabricados por proveedores independientes en China, India y España. Las joyas PDPAOLA se fabrican principalmente con metales preciosos (oro y plata de Ley), piedras semipreciosas y diamantes.

## 1.1.1 NUESTRA CADENA DE VALOR

| | | |
|---|---|---|
| (1) | **DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTO** | Diseño de las joyas PDPAOLA en nuestra oficina de Barcelona |
| (2) | **MATERIAS PRIMAS** | Abastecimiento de materias primas |
| (3) | **TRANSFORMACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS** | Transformación de los metales y piedras |
| (4) | **FABRICACIÓN DEL PRODUCTO** | Fabricación de las piezas de joyería en proveedores independientes |
| (5) | **TRANSPORTE** | Las joyas son transportadas al centro de distribución |
| (6) | **ALMACÉN** | Las joyas se almacenan en los centros de distribución y se preparan los pedidos de los clientes |
| (7) | **DISTRIBUCIÓN** | Nuestros socios logísticos entregan las joyas a nuestros clientes o tiendas |
| (8) | **USO** | Nuestros clientes disfrutan de sus joyas PDPAOLA |

# 1.2
# NUESTRA MISIÓN

Nuestra misión como marca es multifacética. Nos esforzamos por ser un empleador excepcional, un socio de confianza y una marca consciente y ética, trabajando para marcar una diferencia positiva en la vida de nuestros clientes, empleados, socios y en la comunidad en general.



### CLIENTES

Inspirar, acompañar y sorprender. Queremos superar las expectativas de nuestros clientes en todas sus interacciones con la marca, desde producto a experiencia de compra.

### EMPLEADOS

Amabilidad, colaboración e integridad. Promovemos una atmósfera de trabajo en la que nuestros empleados puedan florecer.

### SOCIOS Y DISTRIBUIDORES

Confianza, respeto y honestidad. Nuestros socios son una parte fundamental de nuestro camino, buscando siempre establecer relaciones sólidas y duraderas.

### SOCIEDAD

Compromiso con la sostenibilidad social, económica y medioambiental. Queremos crear empleo cualitativo y dejar un legado positivo en el planeta y en la comunidad.

# 1.3
# VISIÓN Y VALORES



**PASIÓN**

No seguimos las tendencias, las marcamos. En PDPAOLA, somos líderes en la industria, gracias a nuestra visión clara, nuestra capacidad de innovación y nuestra determinación.

**COLABORACIÓN**

En PDPAOLA, somos un equipo unido y comprometido, donde cada miembro aporta sus habilidades y conocimientos para alcanzar metas ambiciosas. Trabajamos juntos, aprendemos juntos y crecemos juntos.

**CREATIVIDAD**

En PDPAOLA, vamos más allá de lo que ya existe. No solo entendemos la creatividad como la búsqueda de nuevas formas de crear, sino también de afrontar los problemas y retos.

**RESPONSABILIDAD**

Nos preocupa nuestro impacto en la sociedad y el medio ambiente. Somos responsables y conscientes, y trabajamos para que nuestro legado sea positivo.

**EXCELENCIA**

No nos conformamos con lo “suficientemente bueno”. En PDPAOLA, aspiramos a la excelencia en todo lo que hacemos, desde la calidad de nuestros productos hasta la atención al cliente.

2

# NUESTRO ENFOQUE EN SOSTENIBILIDAD

2.1 Identificación y diálogo con los grupos de interés
2.2 Análisis de materialidad
2.3 Alineamiento con los ODS

# 2

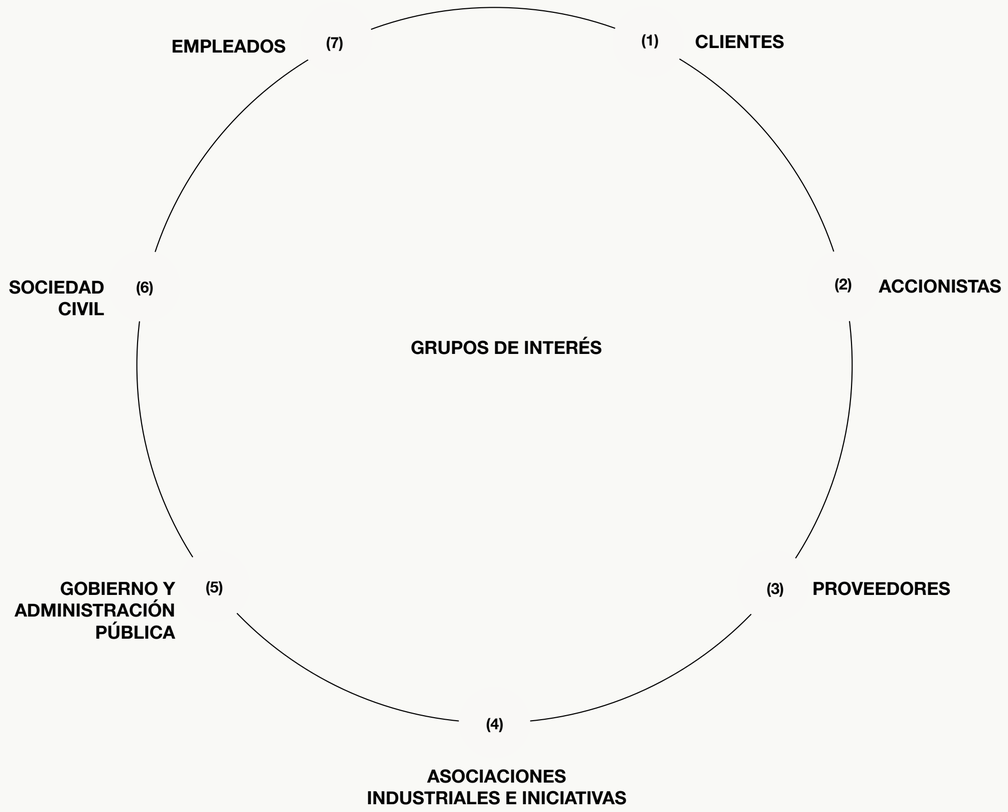
**En SASMAT RETAIL, concebimos la sostenibilidad con un enfoque integral que abarca la complejidad de los aspectos sociales, económicos y ambientales, impregnando todos los ámbitos de nuestra empresa.**

**En este sentido, hemos establecido el Departamento de Sostenibilidad, directamente vinculado a la Dirección de SASMAT RETAIL, para articular y ejecutar nuestro Plan Estratégico de Sostenibilidad. Este plan representa nuestra brújula, nuestra guía para avanzar hacia una empresa cada vez más comprometida con la sostenibilidad. Nos permite conocer nuestra situación actual, abordar los riesgos del negocio y las necesidades de nuestros grupos de interés, establecer metas y, en última instancia, rendir cuentas y evaluar nuestro progreso en materia de sostenibilidad.**

# 2.1
# IDENTIFICACIÓN Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

En 2020 comenzamos a confeccionar la Estrategia de Sostenibilidad 2021-2023 y para ello, la primera acción que realizamos fue tener en consideración a todos aquellos involucrados con SASMAT RETAIL para conocer cuáles eran sus expectativas, de manera que las pudiésemos captar y analizar su viabilidad y oportunidad, con el fin de interiorizarlas dentro de nuestro plan estratégico.

Con este fin, identificamos nuestros grupos de interés internos y externos, los priorizamos basándonos en la influencia e impacto entre la empresa y los grupos de interés, para luego poder establecer qué canales de comunicación tendríamos con cada uno de ellos.



# 2.2
# ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

En 2021 realizamos nuestro primer análisis de materialidad de acuerdo con los principios de la **Global Reporting Initiative** con el objetivo de identificar y priorizar los temas que son importantes para nuestro negocio y nuestros principales grupos de interés.

Para el proceso de identificación de los asuntos materiales hemos tenido en cuenta diversas herramientas o fuentes de información, como pueden ser el análisis de competidores y líderes sectoriales, análisis de tendencias tanto sectoriales como globales y nuestro análisis de riesgos.

Una vez identificados los asuntos materiales, invitamos a participar a nuestros grupos de interés más relevantes, entre ellos, clientes, proveedores y empleados por medio de cuestionarios online.

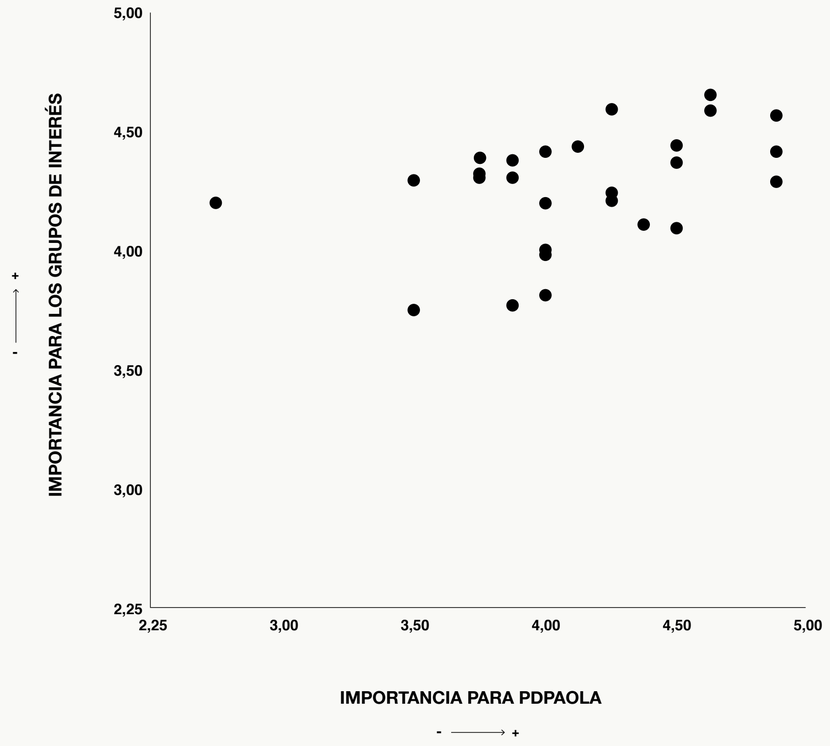
A lo largo del análisis de materialidad se evaluaron 28 aspectos incluidos en diferentes temáticas como Innovación y modelo de negocio, Gobierno y liderazgo, Medioambiente, Capital humano y Capital social.

# 2.2
# ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

A partir de este análisis se identificaron los principales asuntos materiales que son la base que ha inspirado y nos ha ayudado a perfeccionar nuestra estrategia de sostenibilidad:

(01) **ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO**
(02) **CALIDAD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO**
(03) **CONDUCTA ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN**
(04) **CUMPLIMIENTO**
(05) **DIVERSIDAD, INCLUSIÓN E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES**
(06) **EMPLEO DE CALIDAD**
(07) **ENVASE Y EMBALAJE SOSTENIBLE**
(08) **GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO**
(09) **PRODUCTO SOSTENIBLE Y CONSUMO RESPONSABLE**
(10) **PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS**
(11) **PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS LABORALES**
(12) **REDUCCIÓN DE EMISIONES Y LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO**
(13) **SALUD Y SEGURIDAD LABORAL**
(14) **SATISFACCIÓN CLIENTE**
(15) **TRAZABILIDAD Y ORIGEN DE LAS MATERIAS PRIMAS**

**MATRIZ DE MATERIALIDAD**



# 2.3
# ALINEAMIENTO CON LOS ODS

En 2015, los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás.

La Agenda cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos.

Para alcanzar estas metas, todo el mundo tiene que hacer su parte: los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y las personas.

Nuestra estrategia de sostenibilidad está alineada con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:




**ODS 5**

Alcanzar la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.




**ODS 7**

Asegurar el acceso a energías asequibles, fiables, sostenibles y modernas para todos.




**ODS 8**

Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.




**ODS 10**

Reducir las desigualdades entre países y dentro de ellos.




**ODS 12**

Garantizar las pautas de consumo y de producción sostenibles.




**ODS 16**

Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.

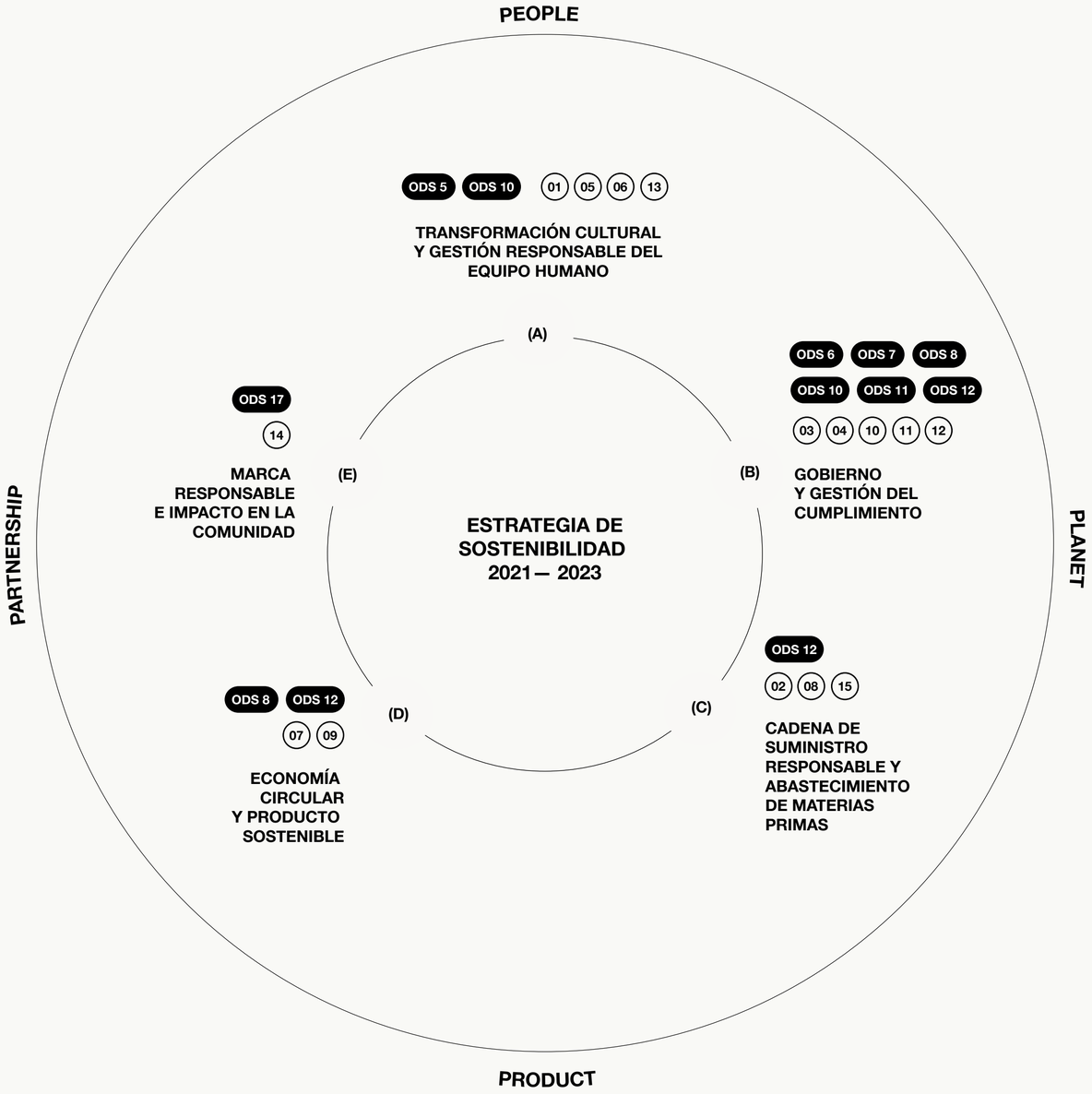



**ODS 17**

Fortalecer los medios de ejecución y reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.

# 2.3
# ALINEAMIENTO CON LOS ODS

(01) ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO
(02) CALIDAD Y SEGURIDAD DEL PRODUCTO
(03) CONDUCTA ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN
(04) CUMPLIMIENTO
(05) DIVERSIDAD, INCLUSIÓN E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
(06) EMPLEO DE CALIDAD
(07) ENVASE Y EMBALAJE SOSTENIBLE
(08) GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO
(09) PRODUCTO SOSTENIBLE Y CONSUMO RESPONSABLE
(10) PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS
(11) PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS LABORALES
(12) REDUCCIÓN DE EMISIONES Y LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO
(13) SALUD Y SEGURIDAD LABORAL
(14) SATISFACCIÓN CLIENTE
(15) TRAZABILIDAD Y ORIGEN DE LAS MATERIAS PRIMAS





3

# CULTURA ÉTICA Y DE COMPLIANCE

# 3

**En nuestra organización, fomentamos una cultura corporativa fundamentada en la integridad, respaldada por un sólido marco que asegura el cumplimiento normativo y mitiga los riesgos inherentes. Esto permite a nuestros empleados adoptar un comportamiento ético y sentirse confiados al adherirse a los principios de transparencia, imparcialidad, responsabilidad, integridad y profesionalismo. A través de esta cultura arraigada en nuestros valores fundamentales, buscamos promover la confianza tanto internamente como en nuestras relaciones con grupos de interés externos. La firma convierte estos valores en acciones tangibles a través de políticas y procedimientos claros que promueven la ética empresarial en todos los niveles de la organización.**

# 3.1
# ESTRUCTURA DE GOBIERNO DEDICADA

El gobierno corporativo de SASMAT RETAIL se estructura en torno a un consejo de administración, el cual desempeña un papel fundamental en la toma de decisiones estratégicas y en la supervisión de la gestión de la empresa. Además del consejo de administración, SASMAT RETAIL cuenta con varias comisiones especializadas que se encargan de abordar diferentes aspectos clave de la gobernanza empresarial:

**Consejo De Administración**

**Comité De Ética (2021)**

Es el órgano responsable de supervisar el cumplimiento de los Códigos de Conducta y otras Políticas Corporativas de la compañía en el ejercicio de sus facultades de auto-organización, así como promover sistemáticamente una cultura organizativa ética. Asimismo, el Comité de Ética es el encargado de gestionar y supervisar el Canal Ético, que tiene por objeto asegurar un canal de consulta y denuncia para que los grupos de interés afectados por las empresas, organizaciones, personas o actividades de la cadena de valor de la compañía planteen sus preocupaciones de forma temprana, abierta, con conocimiento de causa y bajo un elevado nivel de protección.

**Órgano De Control Interno (2022)**

Es el órgano responsable de la aplicación de las políticas y procedimientos de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.

**100%**

**DE PERSONAS EMPLEADAS FORMADAS EN NUESTRA CULTURA ÉTICA[2]**

**1**

**DENUNCIAS RECIBIDAS EN EL CANAL DE ÉTICA Y ADMITIDA A TRÁMITE**

**0**

**INCUMPLIMIENTOS CON RESPECTO AL CÓDIGO DE CONDUCTA Y/O POLÍTICAS CORPORATIVAS**

[2] Incluye Comité de Ética, Canal de Ética y Código de Conducta.

# 3.2
# CÓDIGOS DE CONDUCTA Y POLÍTICAS CORPORATIVAS

### NUESTRO CÓDIGO DE CONDUCTA (2021)[3]

Es de aplicación para todas las personas que tengan una relación laboral con SASMAT RETAIL y permite regular los comportamientos y actitudes de los mismos por medio de un conjunto de normas, prácticas y principios comunes en materia de cumplimiento, ética y responsabilidad.

### POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS (2021)

Es nuestro compromiso desarrollar una cultura empresarial que reconozca, promueva y proteja los derechos humanos internacionalmente reconocidos y que busque evitar la complicidad en los abusos de los derechos humanos.

### CÓDIGO DE CONDUCTA DE PROVEEDORES (2021)

Las disposiciones de este Código actúan como marco para definir solo las normas mínimas y no las máximas que debe cumplir cualquier proveedor de bienes o servicios de SASMAT RETAIL.

El Código y sus disposiciones se inspiran en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, en los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y en los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo. Incluye, entre otros, un conjunto de normas, prácticas y principios comunes en materia de derechos humanos y prácticas laborales, protección del medioambiente, así como prácticas empresariales éticas y transparentes.

### POLÍTICA DE ABASTECIMIENTO RESPONSABLE (2022)

Esta política está alineada con la Guía de Diligencia Debida de la OCDE para Cadenas de Suministro Responsables de Minerales procedentes de zonas de conflicto y de alto riesgo. El objetivo de esta política es establecer una referencia común para las prácticas de abastecimiento sensibles al conflicto y la gestión de riesgos de los proveedores, desde el punto de extracción hasta el usuario final, incluyendo entre otros el respeto a los derechos humanos, la no participación ni tolerancia del soborno, el fraude o el blanqueo de dinero, la no prestación de apoyo directo o indirecto a grupos armados ilegales ni el favorecimiento de cualquier otro mecanismo de financiación del terrorismo y el apoyo de la transparencia de los pagos gubernamentales y las fuerzas de seguridad compatibles con los derechos en la industria extractiva.

### POLÍTICA DE ABASTECIMIENTO EN RUSIA (2022)[4]

Desde que comenzó el conflicto entre Rusia y Ucrania, el 24 de febrero de 2022, Estados Unidos y la Unión Europea impusieron sanciones contra determinadas personas rusas, entidades de propiedad rusa y productos procedentes de Rusia. Todos los proveedores de SASMAT RETAIL están obligados, por supuesto, a cumplir todas las leyes de los respectivos países en los que operamos.

SASMAT RETAIL, en línea con la Guía de Diligencia Debida de la OCDE, ha determinado que la compra de metales preciosos y piedras preciosas a entidades o individuos rusos sancionados puede contribuir a la vulneración de los derechos humanos y al conflicto en Ucrania. Por consiguiente, SASMAT RETAIL ha interrumpido todo comercio de metales preciosos y piedras preciosas procedentes de dichas fuentes rusas sancionadas, y exige a sus proveedores que dejen de suministrar los mismos a SASMAT RETAIL aunque el país o países en los que opere el proveedor no hayan impuesto sanciones a los metales preciosos y piedras preciosas rusos.

[3] Aprobado por el Consejo de Administración y publicado en la plataforma interna de recursos humanos de la compañía.

[4] Se pública en el Programa de Abastecimiento Responsable compartido con todos los proveedores de joyería y otras partes interesadas. Tanto la política como el programa del que forma parte son aprobados por el departamento de sostenibilidad. Para más información ver Abastecimiento responsable

# 3.2
# CÓDIGOS DE CONDUCTA Y POLÍTICAS CORPORATIVAS

De cara a 2023 continuamos trabajando en actualizar las siguientes iniciativas:

### POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

Por medio del desarrollo de esta política daremos reconocimiento a la importancia de proteger el medio ambiente y preservar los recursos naturales para las generaciones futuras por medio de la aplicación de prácticas responsables con el medioambiente en nuestras operaciones.

### POLÍTICA DE PREVENCIÓN DEL SOBORNO Y PAGOS DE FACILITACIÓN.

En 2022 dimos nuestros primeros pasos en el desarrollo del programa de prevención del soborno y pagos de facilitación. Mediante esta política pretendemos prohibir el soborno en todas las prácticas y transacciones comerciales realizadas por SASMAT RETAIL y por agentes que actúen en su nombre, así como proteger a los empleados de cualquier sanción o consecuencia adversa por expresar de buena fe su preocupación relacionada con la sospecha de soborno, la negativa a participar en un soborno o la negativa a efectuar un pago de facilitación cuando se prohíban los pagos de facilitación, incluso si esto redundara en una pérdida de oportunidades de negocio para la compañía.

4

# PERSONAS

4.1 One team, one dream
4.2 Gestión del talento
4.3 Salud y seguridad en el trabajo
4.4 Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades
4.5 Nuestra comunidad
4.6 Datos clave

# 4

**Nuestra empresa se sustenta en la importancia de las personas. Continuamos el reto de perfeccionar nuestras políticas e iniciativas para fomentar un lugar de trabajo excepcional, que supere las expectativas y permita a todos prosperar.**

# 4.1
# ONE TEAM, ONE DREAM

En SASMAT RETAIL, mantenemos nuestra firme convicción de seguir cultivando una cultura de colaboración y crecimiento. Somos conscientes de que siempre hay espacio para el crecimiento y la mejora continua. Por eso, nos comprometemos a definir e implementar nuevas políticas que nos permitan establecer objetivos claros y precisos, y así lograr cambios medibles en nuestra organización. Estamos decididos a seguir evolucionando y creciendo, siempre con el objetivo de ofrecer un entorno laboral excepcional y marcar una diferencia positiva en la sociedad.



En el año 2022 se llevó a cabo la inauguración de los PDP Days, un evento anual que se desarrolla dentro del contexto de diversas actividades corporativas llevadas a cabo a lo largo del año. Específicamente, los PDP Days se configuran como una experiencia de construcción de equipos que incluye actividades y otras iniciativas diseñadas para fortalecer y afianzar la cultura empresarial.

**126 EMPLEADOS**

**+72,6% COMPARADO CON 2021**

**15 NACIONALIDADES**

**76% MUJERES**
**24% HOMBRES**

**PARIDAD DE GÉNERO EN EL COMITÉ DE DIRECCIÓN:**
**36% MUJERES**
**64% HOMBRES**

# 4.2
# GESTIÓN DEL TALENTO

### 4.2.1 EMPLEO DE CALIDAD

Nos esforzamos en ser una organización que inspire orgullo en nuestros empleados.

Por ello, un punto clave recae sobre nuestro compromiso con el empleo estable, trabajando arduamente para desarrollar un proyecto sostenible y de largo plazo y dando prioridad a la contratación indefinida. No obstante, entendemos que en ocasiones es necesario contar con contratos temporales para satisfacer necesidades específicas de nuestro sector en momentos de alta demanda o para cubrir ausencias prolongadas, como las que se presentan en los casos de bajas de paternidad o maternidad.

De igual forma, priorizamos las jornadas a tiempo completo. Sin embargo, debido a la expansión en retail llevada a cabo por la compañía en 2022, la proporción de contratos de jornada parcial ha aumentado en más de un 16% en comparación con el año anterior. Las personas que trabajan a tiempo parcial suelen hacerlo para atender necesidades personales, como conciliar su trabajo con los estudios o el cuidado de sus hijos e hijas. Una minoría de los contratos parciales se corresponden con personal de refuerzo en determinados momentos de la temporada.

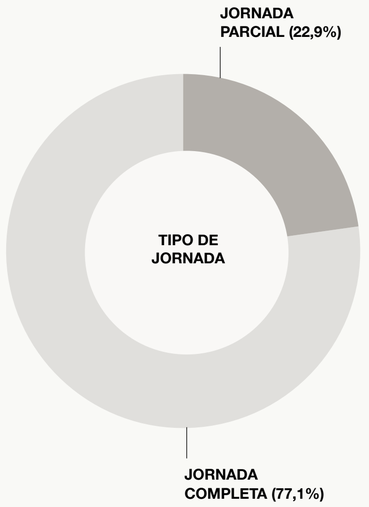
En SASMAT RETAIL estamos en constante búsqueda de mejoras en el ámbito laboral, por lo que además de cumplir con las medidas establecidas por la normativa vigente, continuamos avanzando en iniciativas para facilitar la conciliación entre la vida laboral y personal de nuestros empleados. Algunas de estas mejoras incluyen la posibilidad de flexibilizar el horario de entrada, salida y almuerzo, la implementación de un modelo híbrido que combina el trabajo presencial y teletrabajo, y la opción de jornada intensiva en días específicos durante la temporada navideña, entre otras acciones. Seguiremos trabajando para garantizar un ambiente laboral que fomente el bienestar de nuestros colaboradores.

También contamos con un sistema de turnos rotativos entre equipos dividido en teletrabajo o trabajo presencial en oficinas o en turnos (mañana/mediodía/tardes) en tiendas. Ambos con la posibilidad de rotar turnos en función de necesidades personales.

Asimismo, garantizamos que los derechos de conciliación o las reducciones de jornada no influyan en las posibilidades de formación y tampoco en las posibilidades de promocionar profesionalmente. Con este fin, el Plan Formativo se comunica a toda la plantilla y se pone a disposición en la plataforma corporativa, por lo que todas las personas tienen acceso a dicha información.

Nuestra plantilla se caracteriza por ser una plantilla joven, por lo que en 2021 desarrollamos una “Guía Maternidad/ Paternidad” que se difunde a través de los canales de comunicación internos. Dicha guía recoge los días de permiso otorgados en esta situación, links a información externa útiles y también cómo beneficiarse del disfrute de lactancia y flexibilidad horaria una vez ha vencido el permiso de maternidad/paternidad. Como medida adicional en 2022, se ofrece la posibilidad de disfrutar de hasta 5 días extra en función de los años de antigüedad de la persona que acaba de ser madre o padre.



# 4.2
# GESTIÓN DEL TALENTO

### 4.2.2 ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO

Anualmente, llevamos a cabo una encuesta de clima laboral para evaluar la satisfacción de nuestros empleados en diversos aspectos, como la comunicación, la gestión, las relaciones internas y el desarrollo profesional, entre otros.

En 2022, el índice de satisfacción global de los empleados de SASMAT RETAIL fue del 83,2%, en comparación con el 85,1% del año anterior. Es importante destacar que la plantilla aumentó considerablemente en 2022.

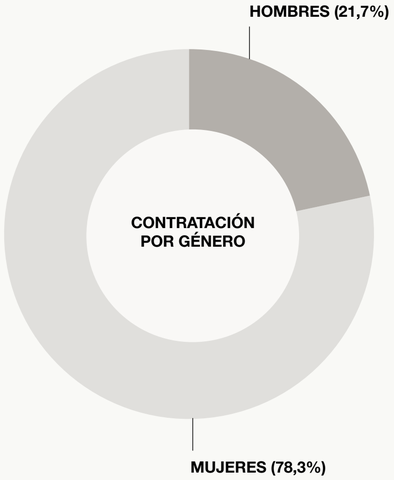
Asimismo, en 2022, hemos creado el proyecto del Young Talent Program, un programa dirigido a jóvenes talentos que buscan desarrollar su potencial y dar sus primeros pasos en el mundo profesional. El objetivo principal de este programa es ofrecer a los jóvenes una oportunidad de aprendizaje y crecimiento en un entorno real de trabajo, al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo y el éxito de nuestra empresa.

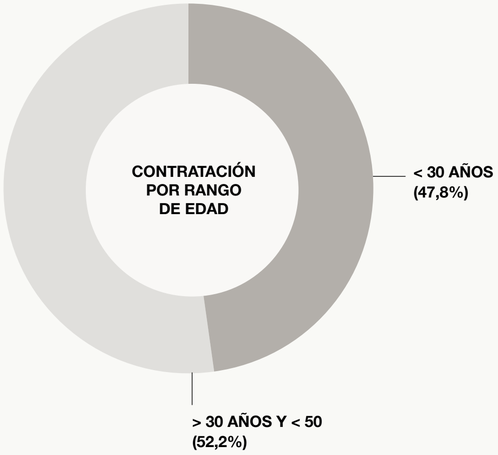
Estamos entusiasmados de poder implementar este programa en 2023 y esperamos poder contar con la participación de jóvenes talentos que estén dispuestos a aprender, crecer y aportar su talento a nuestra empresa.

Otro punto clave es nuestra plataforma Careers, donde continuamos captando talento por medio de la actualización continua de las oportunidades disponibles y la posibilidad de formar parte de nuestro equipo.

Asumimos que la retención del talento es igualmente importante y por ello es parte intrínseca de nuestra relación con el empleado. Además de los beneficios establecidos por la normativa aplicable como el permiso parental o las coberturas por incapacidad, también ponemos a disposición de nuestros empleados la opción de teletrabajo y una mayor flexibilidad en horarios para facilitar la conciliación familiar, así como días de permiso extra para disfrutar de la paternidad, seguro médico gratuito a partir del primer año de contrato, programa de retribución flexible, descuento corporativos en cantinas virtuales o descuento en productos de PDPAOLA y otras marcas aliadas.

Como resultado, en el año 2022 se produjo un crecimiento del 72.6% con respecto al año anterior, hasta alcanzar las 126 personas empleadas a cierre de año fiscal. Por contra, se registraron 4 bajas por despido objetivo, las cuales representan un 10% del total de bajas.



# 4.2
# GESTIÓN DEL TALENTO

### 4.2.3 FORMACIÓN Y ENSEÑANZA

La empresa ha implementado una práctica de formación transversal con el objetivo de asegurar que los nuevos miembros del equipo se familiaricen rápidamente con la organización y sean motivados a alcanzar niveles óptimos de productividad en el menor tiempo posible.

Esta iniciativa ha demostrado ser altamente valiosa tanto para la empresa como para sus empleados. Ha promovido una integración rápida y eficiente de los nuevos miembros del equipo en la organización, fomentando un crecimiento constante en el número de empleados a lo largo del tiempo.

Durante el año 2022, en SASMAT RETAIL hemos continuado trabajando en la mejora continua del desarrollo de nuestros empleados, llevando a cabo diversas formaciones específicas adaptadas a las necesidades de cada departamento. Conforme a nuestra estrategia de formación continua, se ha incluido formación en competencias y herramientas informáticas, así como formaciones específicas para la apertura de nuevas tiendas de Retail, centradas en aspectos como el ritual de venta, el producto y las competencias comerciales, entre otros.

Como parte de nuestro compromiso con la igualdad, hemos implementado un Plan de Igualdad que incluye la formación obligatoria en igualdad para todo nuestro personal.

En este sentido, hemos diseñado programas específicos para garantizar que todos nuestros colaboradores estén plenamente informados sobre la importancia de fomentar la igualdad de oportunidades en el entorno laboral.

En 2023, nuestra estrategia de formación continuará evolucionando con la implementación de una plataforma interna online que estará disponible para todos los empleados de SASMAT RETAIL, y que incluirá una hoja de ruta de formación anual por persona. De esta forma, se garantizará que cada empleado tenga acceso a una formación personalizada que les permita mejorar sus habilidades y competencias de forma constante y adaptada a su perfil y necesidades específicas.

**En el año 2022 se inauguraron las PDPtalks, una iniciativa que busca compartir las historias de destacadas personalidades, con el objetivo de inspirar tanto a nivel personal como profesional a través de sus diversas experiencias en distintos ámbitos de la vida. Las temáticas abordadas en estas charlas pueden abarcar, entre otros, la superación personal, el emprendimiento, la educación, la capacidad de influencia en el ámbito de la moda u otros sectores, el deporte o la motivación. Las PDPtalks se presentan como una oportunidad para fomentar el intercambio de ideas y enriquecer nuestras perspectivas.**

# 4.3
# SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Con la formación inicial se pretende dar a conocer los principales riesgos a los que está sometido en su puesto de trabajo cada empleado e informarle de las medidas preventivas para eliminar o reducir dichos riesgos. Entre los objetivos de la formación se encuentran:

- Fomentar el interés por la Prevención de Riesgos Laborales en sus puestos de trabajo.

- Dar a conocer una relación de causas potencialmente generadoras de riesgos en este sector laboral.

- Facilitar un conjunto de recomendaciones preventivas para el control de riesgos y la mejora de las condiciones de trabajo.

- Dar información sobre la prevención de riesgos laborales en el sector.

- Formar a los trabajadores para una actuación correcta en su puesto de trabajo habitual.

- Favorecer la integración de la Seguridad y salud en todas las actividades desarrolladas en la empresa.

- Cumplir con la normativa vigente de Prevención de Riesgos Laborales.

El Departamento de Recursos Humanos actúa como referente para tratar cualquier punto relacionado con la Prevención de Riesgos Laborales y se apoya en el Servicio de Prevención Ajeno para coordinar todas las actuaciones relacionadas con esta área. El propio departamento sirve a su vez como canal de consulta y reporte de anomalías relacionadas con la salud y seguridad en el trabajo.

Durante el año 2022, se llevó a cabo una importante actualización en el sistema de seguridad y salud de la organización mediante la mejora del sistema de gestión. Esta actualización permitió fortalecer aún más nuestro compromiso con la seguridad y la salud de nuestros empleados.

Asimismo, se implementó una política de accidentes de trabajo con el fin de proporcionar a nuestros colaboradores las herramientas necesarias para actuar de manera efectiva en caso de un evento adverso. La mencionada política establece los pasos a seguir ante una situación de accidente laboral, con el objetivo de garantizar una respuesta inmediata y adecuada, minimizando así los riesgos para la salud y bienestar de los trabajadores y el impacto en la productividad de la empresa.

Como parte del ejercicio de prevención, se ha impartido la formación inicial de Prevención de Riesgos Laborales a todos los nuevos trabajadores. Este tipo de formación es esencial para lograr la eliminación o minimización de los accidentes laborales, ya sea que produzcan daños o no. A través de esta formación, se busca informar a los empleados acerca de los riesgos a los que se enfrentan en su puesto de trabajo, así como proporcionarles las medidas preventivas necesarias para eliminar o reducir dichos riesgos.



# 4.3
# SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Desde 2021, como parte de nuestro objetivo de velar por la salud de nuestro equipo, hemos puesto a disponibilidad de todos ellos un seguro médico privado a través del cual nuestro personal se puede adherir a título particular y de forma totalmente voluntaria. La mutua médica está cubierta por la compañía a partir de los 12 meses de antigüedad y con descuento de empresa durante los 12 primeros meses.

En 2022 solo se ha producido dos lesiones por accidente laboral registrable.[5]



[5] Lesión, dolencia o enfermedad relacionada con el trabajo que ocasiona cualquiera de lo siguiente: fallecimiento, días de baja laboral, restricciones laborales o transferencia a otros puestos, desmayos o tratamiento médico más allá de los primeros auxilios; o lesión o enfermedad grave diagnosticada por un médico u otro profesional sanitario certificado, incluso si no da lugar a fallecimiento, días de baja laboral, restricciones laborales o transferencia a

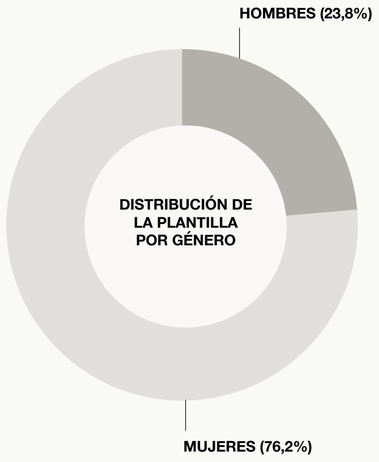
otros puestos, desmayos o tratamientos médicos más allá de los primeros auxilios.

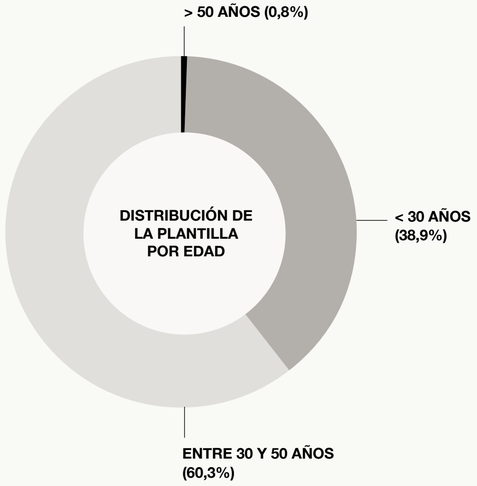
(GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018, Administración de Seguridad y Salud Ocupacional de los Estados Unidos (OSHA), Criterios generales de registro (1904.7).

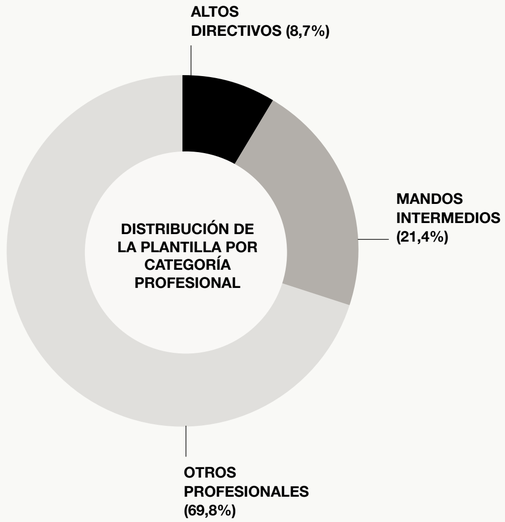
# 4.4
# DIVERSIDAD, INCLUSIÓN E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

En SASMAT RETAIL, nos enorgullece respaldar la diversidad en nuestro equipo, lo que nos permite aprovechar las fortalezas y habilidades únicas de cada miembro. Nuestra plantilla está compuesta por individuos de 15 nacionalidades distintas, lo que contribuye a una cultura inclusiva y multicultural en nuestra empresa.

En nuestros procesos de selección o de promoción interna no tenemos ningún tipo de barrera u obstáculo para incorporar a hombres o mujeres en cada una de las posiciones, ya sean para cubrir cargos de altos directivos, como mandos intermedios, como otros profesionales. La distribución de la plantilla en 2022 por rango de edad, género y categoría profesional es el siguiente:



# 4.4
# DIVERSIDAD, INCLUSIÓN E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Durante el año 2022, hemos tomado medidas significativas en cuanto a la promoción de la igualdad y la prevención del acoso en nuestra empresa. Concretamente, se ha aprobado el **Plan de Igualdad**, el cual busca fomentar la igualdad de oportunidades y la no discriminación entre los trabajadores, mediante la implementación de medidas concretas. Este plan ha sido desarrollado basándonos en un análisis riguroso de la situación actual de la empresa en las áreas de selección y contratación, clasificación, formación y promoción profesional, condiciones de trabajo, representación femenina, entre otros.

Además, hemos implementado el **Protocolo de Prevención y Actuación Frente al Acoso**, el cual establece los procedimientos a seguir en caso de detectarse cualquier tipo de comportamiento inapropiado, con el objetivo de garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para todos los empleados. Este protocolo ha sido comunicado a todos los empleados, y se ha llevado a cabo una formación específica para garantizar su correcta aplicación.

Asimismo, se ha constituido la **comisión de igualdad**, un grupo de trabajo que se encargará de velar por el cumplimiento del Plan de Igualdad y el Protocolo de Prevención y Actuación Frente al Acoso, así como de fomentar la cultura de igualdad en nuestra empresa. La creación de esta comisión es una muestra de nuestro compromiso con la promoción de la igualdad de oportunidades y la prevención del acoso en nuestra organización.

El Plan de Igualdad de Sasmat Retail, aprobado en 2022 y con vigencia de cuatro años, contiene una batería de medidas dirigidas a conseguir la igualdad real y efectiva dentro de la empresa, entre las que se incluye la elaboración anual del Registro Retributivo.

Así, dicho registro se ha realizado en el primer semestre de 2023, relativo al año natural anterior y de conformidad con la normativa vigente, utilizando la Herramienta de Autodiagnóstico de Brecha Salarial de Género. Para ello, se han tenido en cuenta tanto las medianas como los promedios.

En el caso de las **medianas**, en el salario base, la brecha entre mujeres y hombres es del 1%, favorable a las trabajadoras. Tras la percepción de complementos salariales y extrasalariales, en las retribuciones totales la brecha se da en un 27%, favorable a los trabajadores.

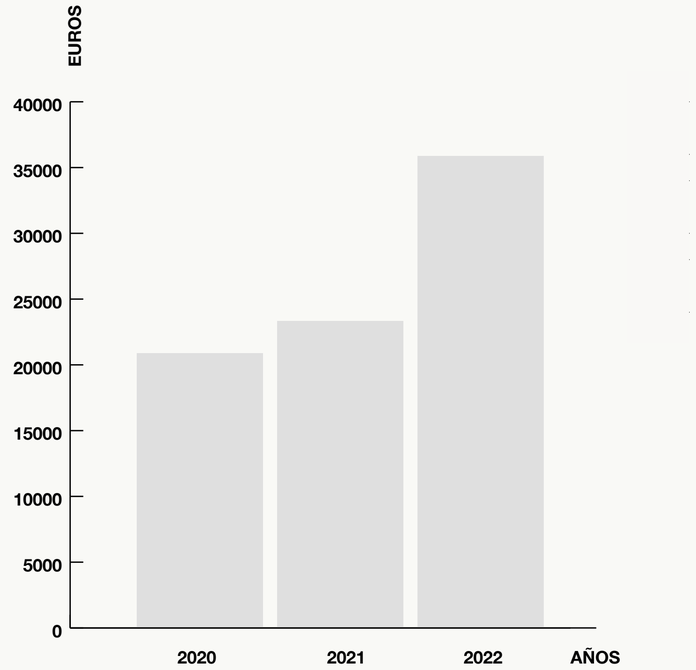
En el caso de los **promedios**, en el salario base, la brecha entre mujeres y hombres es del 5%, favorable a las trabajadoras. Tras la percepción de complementos salariales y extrasalariales, en las retribuciones totales la brecha se da en un 32%, favorable a los trabajadores.

Las diferencias en los salarios globales se explican por motivos de diferente índole: la heterogeneidad de los puestos de trabajo, la percepción de complementos salariales, etc. Las casuísticas de las diferencias salariales se profundizan en el Informe de registro retributivo relativo al año 2022. Sasmat Retail trabajará toda la vigencia de su Plan de Igualdad en las acciones de igualdad previstas, contando en todo momento con apoyo y asesoramiento de una Consultoría experta en la materia.

# 4.5
# NUESTRA COMUNIDAD

En PDPAOLA, creemos firmemente en el poder de la solidaridad y el apoyo mutuo dentro de nuestra comunidad. Es por eso que en 2022 llevamos a cabo diversas acciones para brindar nuestro apoyo a aquellos que más lo necesitan. En colaboración con Central Saint Martins, otorgamos una beca que permitió impulsar el talento creativo de los jóvenes. Además, nos unimos a la causa de ayudar a los afectados por el conflicto en Ucrania, realizando donaciones para brindar alivio a las comunidades afectadas.

Nos comprometemos a seguir buscando oportunidades para ayudar y fortalecer nuestra comunidad, pues creemos que juntos podemos construir un futuro mejor.




**PROGRAMAS DE APOYO A LA COMUNIDAD**

# 4.5
# NUESTRA COMUNIDAD

## PDPAOLA X CENTRAL SAINT MARTINS

Como marca guiada por valores, uno de nuestros pilares es la creatividad, y estamos comprometidos a fomentarla dentro y fuera de nuestra empresa. Además, nos impulsa y nos inspira conectar con los demás, y nos sentimos afines a cualquier organización que comparta nuestros principios.

Por eso, decidimos colaborar con la prestigiosa Central Saint Martins, porque encarna los valores que promovemos y trabaja para “dar forma al mundo mediante la acción creativa”.

Con este fin, en 2022 presentamos la Beca PDPAOLA para brindar oportunidades a estudiantes internacionales con talento, concretamente a los estudiantes que apliquen al curso **MA Design: Ceramics, Furniture and Jewellery** de la universidad Central Saint Martins, proporcionando ayuda para el pago de la matrícula y la manutención a lo largo del curso, así como la oportunidad de realizar prácticas en PDPAOLA.



# 4.5
# NUESTRA COMUNIDAD

## AYUDA HUMANITARIA: UCRANIA

En SASMAT RETAIL defendemos la paz y respaldamos valores como la empatía, la inclusión y la familia. Por ello, no podíamos mirar hacia otro lado mientras millones de personas en Ucrania necesitan ayuda humanitaria.

Decidimos colaborar con UNICEF porque han estado trabajando incansablemente para mantener la seguridad de niños y familias desde que comenzó este conflicto hace nueve años y están decididos a permanecer en Ucrania para ayudar a los más vulnerables.

UNICEF forma parte de la respuesta humanitaria en curso y una gran parte de su trabajo es:

- Ayudar a asegurar el acceso a agua potable y comida a las familias.
- Entregar suministros esenciales para apoyar a las familias que se han visto obligadas a huir y colaborar estrechamente con los centros sanitarios locales para garantizar que disponen de los suministros vitales necesarios.
- Ayudar a garantizar la continuidad de los servicios de protección de los niños.
- Trabajar con sus aliados para evaluar la situación de los refugiados en los países vecinos.
- La creación de espacios seguros Blue Dot con sus aliados en los países vecinos, que proporcionarán atención y apoyo, información y asesoramiento jurídico básico a las familias que buscan refugio, apoyo psicosocial, suministros de agua y saneamiento, espacios seguros para madres y niños, protección para niños no acompañados y separados, etc.

En 2022 aumentó en más de un 71% las contribuciones a programas de apoyo hacia la comunidad con respecto al año anterior.

# 4.6
# DATOS CLAVE [6]

**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR GÉNERO, EDAD Y CATEGORÍA PROFESIONAL**

| | 2021 | | 2022 | |
|---|---|---|---|---|
| | **Nº** | **%** | **Nº** | **%** |
| **DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO** | | | | |
| MUJER | 57 | 78,08% | 96 | 76,19% |
| HOMBRE | 16 | 21,92% | 30 | 23,81% |
| **DISTRIBUCIÓN POR EDAD** | | | | |
| < 30 AÑOS | 30 | 41,10% | 49 | 38,89% |
| ENTRE 30 Y 50 AÑOS | 42 | 57,53% | 76 | 60,32% |
| > 50 AÑOS | 1 | 1,37% | 1 | 0,79% |
| **CATEGORÍA PROFESIONAL** | | | | |
| ALTOS DIRECTIVOS | 9 | 12,33% | 11 | 8,73% |
| MANDOS INTERMEDIOS | 12 | 16,44% | 27 | 21,43% |
| OTROS PROFESIONALES | 52 | 71,23% | 88 | 69,84% |

[6] Datos obtenidos al final del periodo objeto del informe. Todos los datos referidos a empleados corresponden a España.

# 4.6
# DATOS CLAVE [6]

**TRABAJADORES QUE NO SON EMPLEADOS [7]**

| | 2021 | 2022 |
|---|---|---|
| **TRABAJADORES NO EMPLEADOS** | 5 | 12 |

**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA EN NUEVAS CONTRATACIONES Y ROTACIÓN DEL PERSONAL POR GÉNERO, EDAD Y CATEGORIA PROFESIONAL**

| | 2021 | | | | 2022 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | NUEVAS CONTRATACIONES | | BAJAS | | NUEVAS CONTRATACIONES | | BAJAS | |
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| **DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO** | | | | | | | | |
| MUJER | 43 | 81,13% | 21 | 77,78% | 72 | 78,26% | 34 | 85,00% |
| HOMBRE | 10 | 18,87% | 6 | 22,22% | 20 | 21,74% | 6 | 15,00% |
| **DISTRIBUCIÓN POR EDAD** | | | | | | | | |
| < 30 AÑOS | 29 | 54,72% | 19 | 70,37% | 44 | 47,83% | 25 | 62,50% |
| ENTRE 30 Y 50 AÑOS | 23 | 43,40% | 8 | 29,63% | 48 | 52,17% | 15 | 37,50% |
| > 50 AÑOS | 1 | 1,89% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| **CATEGORÍA PROFESIONAL** | | | | | | | | |
| ALTOS DIRECTIVOS | 2 | 3,77% | 1 | 3,70% | 2 | 2,17% | 0 | 0,00% |
| MANDOS INTERMEDIOS | 2 | 3,77% | 2 | 7,41% | 13 | 14,13% | 4 | 10,00% |
| OTROS PROFESIONALES | 49 | 92,45% | 24 | 88,89% | 77 | 83,70% | 36 | 90,00% |

[6] Datos obtenidos al final del periodo objeto del informe. Todos los datos referidos a empleados corresponden a España.

[7] Los tipos de trabajadores que no son empleados más habituales son trabajadores de agencia, aprendices, trabajadores a distancia, becarios y autónomos. El trabajo que realizan es principalmente de asistencia técnica y labor comercial. Los datos relativos a los trabajadores que no son empleados no se tienen en consideración para la presentación de datos de la plantilla

# 4.6
# DATOS CLAVE [6]

**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO, GÉNERO, EDAD Y CATEGORÍA PROFESIONAL**

| | 2021 | | | | 2022 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | CONTRATO INDEFINIDO | | CONTRATO TEMPORAL | | CONTRATO INDEFINIDO | | CONTRATO TEMPORAL | |
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| **DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO** | | | | | | | | |
| MUJER | 44 | 74,58% | 13 | 92,86% | 88 | 74,58% | 8 | 100,00% |
| HOMBRE | 15 | 25,42% | 1 | 7,14% | 30 | 25,42% | 0 | 0,00% |
| **DISTRIBUCIÓN POR EDAD** | | | | | | | | |
| < 30 AÑOS | 21 | 35,59% | 9 | 64,29% | 42 | 35,59% | 7 | 87,50% |
| ENTRE 30 Y 50 AÑOS | 37 | 62,71% | 5 | 35,71% | 75 | 63,56% | 1 | 12,50% |
| > 50 AÑOS | 1 | 1,69% | 0 | 2,55% | 1 | 0,85% | 0 | 0,00% |
| **CATEGORÍA PROFESIONAL** | | | | | | | | |
| ALTOS DIRECTIVOS | 9 | 15,25% | 0 | 0,00% | 2 | 2,17% | 0 | 0,00% |
| MANDOS INTERMEDIOS | 12 | 20,34% | 0 | 0,00% | 13 | 14,13% | 0 | 0,00% |
| OTROS PROFESIONALES | 38 | 64,41% | 14 | 100,00% | 77 | 83,70% | 8 | 100,00% |

[6] Datos obtenidos al final del periodo objeto del informe. Todos los datos referidos a empleados corresponden a España.

# 4.6
# DATOS CLAVE [6]

**DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE JORNADA, GÉNERO, EDAD Y CATEGORÍA PROFESIONAL[8]**

| | 2021 | | | | 2022 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | JORNADA COMPLETA | | JORNADA PARCIAL | | JORNADA COMPLETA | | JORNADA PARCIAL | |
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| **DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO** | | | | | | | | |
| MUJER | 51 | 76,12% | 6 | 100,00% | 68 | 74,73% | 24 | 88,89% |
| HOMBRE | 16 | 23,88% | 0 | 0,00% | 27 | 29,67% | 3 | 11,11% |
| **DISTRIBUCIÓN POR EDAD** | | | | | | | | |
| < 30 AÑOS | 27 | 40,30% | 1 | 16,67% | 26 | 28,57% | 19 | 70,37% |
| ENTRE 30 Y 50 AÑOS | 39 | 58,21% | 5 | 83,33% | 68 | 74,73% | 8 | 29,63% |
| > 50 AÑOS | 1 | 1,49% | 0 | 0,00% | 1 | 1,10% | 0 | 0,00% |
| **CATEGORÍA PROFESIONAL** | | | | | | | | |
| ALTOS DIRECTIVOS | 9 | 13,43% | 0 | 0,00% | 11 | 12,09% | 0 | 0,00% |
| MANDOS INTERMEDIOS | 12 | 17,91% | 0 | 0,00% | 26 | 28,57% | 1 | 3,70% |
| OTROS PROFESIONALES | 46 | 68,66% | 6 | 100,00% | 58 | 63,74% | 26 | 96,30% |

[6] Datos obtenidos al final del periodo objeto del informe. Todos los datos referidos a empleados corresponden a España.

[8] La plantilla no cuenta con empleados por horas no garantizadas.

# 4.6
# DATOS CLAVE [6]

## EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIO COLECTIVO

2021

**73**
**EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIO COLECTIVO**

**100,00%**
**DE EMPLEADOS**

2022

**126**
**EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIO COLECTIVO**

**100,00%**
**DE EMPLEADOS**

## ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL EMPLEADO

2021

**85,7%**
**ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADOS**

2022

**83,18%**
**ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADOS**

[6] Datos obtenidos al final del periodo objeto del informe. Todos los datos referidos a empleados corresponden a España.

# 4.6
# DATOS CLAVE [6]

## HORAS DE FORMACIÓN

| | 2021 | | 2022 | |
|---|---|---|---|---|
| | MUJERES | HOMBRES | MUJERES | HOMBRES |
| ESPECIALIZACIÓN TÉCNICA | 56 | 8 | 198 | 12 |
| FORMACIÓN TRANSVERSAL | 473 | 121 | 1257 | 348 |
| TOTAL | 529 | 129 | 1455 | 360 |

## MEDIA DE HORAS DE FORMACIÓN AL AÑO POR EMPLEADO

| | 2021 | 2022 |
|---|---|---|
| DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO | | |
| MUJER | 9,28 | 15,15 |
| HOMBRE | 8,06 | 11,98 |
| CATEGORÍA PROFESIONAL | | |
| ALTOS DIRECTIVOS | ND | 10 |
| MANDOS INTERMEDIOS | ND | 16,89 |
| OTROS PROFESIONALES | ND | 14,18 |

## PROGRAMA DE APOYO A LA COMUNIDAD

| 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---|---|
| 23.315€ | 20.891€ | 35.870€ |

[6] Datos obtenidos al final del periodo objeto del informe. Todos los datos referidos a empleados corresponden a España.

5

# PLANETA

5.1 Consumo energético
5.2 Nuestra huella de carbono
5.3 Apoyo al medioambiente
5.4 Datos claves

# 5

**Como empresa, vemos de suma importancia asumir la responsabilidad de nuestras acciones y generar un cambio positivo. Nos esforzamos por crear un futuro mejor para nuestro planeta e inspirar a otros a unirse en este viaje transformador.**

# 5.1 CONSUMO ENERGÉTICO

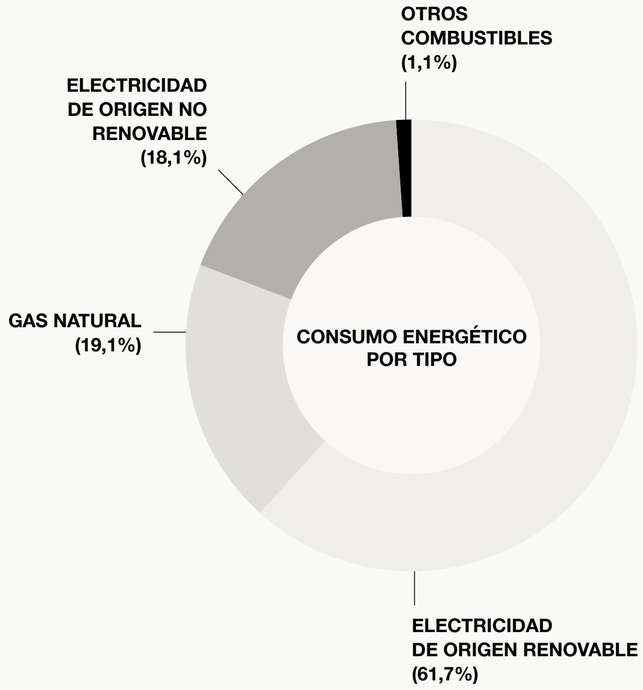
El consumo total de energía en el año 2022, que incluye nuestra sede corporativa y tiendas, experimentó un incremento significativo del 129.84% en comparación con el año anterior, alcanzando un total de 163,616 KWh. Este aumento se atribuye principalmente a la apertura de nuevas tiendas durante el periodo de reporte.

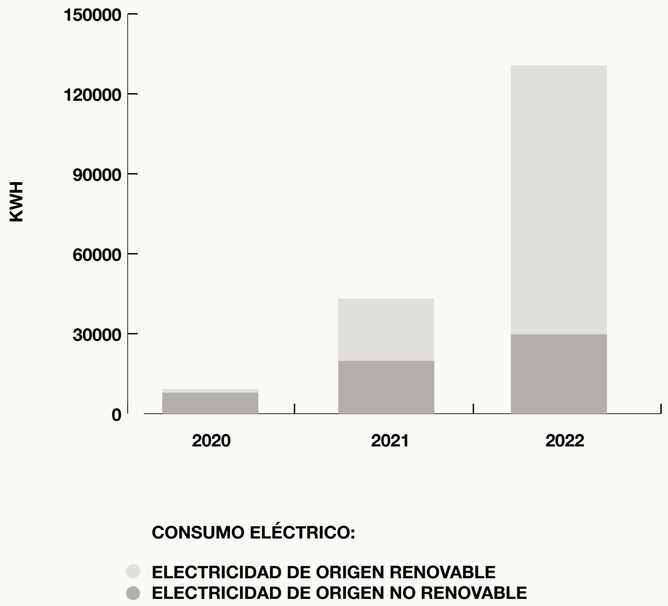
En cuanto a la composición del consumo de energía, la electricidad representa el 79.81% del total, seguido por el consumo de gas natural, que contribuye con el 19.13%. Es importante destacar que el 61.67% de la energía consumida proviene de fuentes renovables, reflejando nuestro compromiso con la sostenibilidad y la reducción de nuestra dependencia de fuentes no renovables.

## 5.1.1 HACIA LAS ENERGÍAS RENOVABLES

Nuestro plan de expansión en retail va acompañado de un compromiso por continuar avanzando hacia el uso de energía eléctrica de origen renovable y certificada por la CNMC (Comisión Nacional de Mercados y Competencia) para reducir las emisiones de efecto invernadero de nuestras instalaciones.

Durante el año 2022, logramos un importante avance en nuestra transición energética, ya que el 77,27% del consumo eléctrico de nuestras instalaciones provenía de fuentes renovables. Esto representa un aumento del 23,22% en comparación con el año anterior y demuestra nuestro compromiso continuo con la reducción de nuestra huella ambiental.



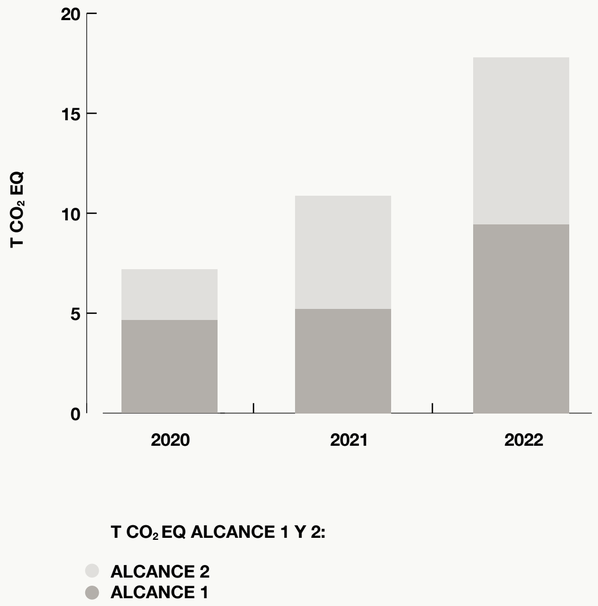
# 5.2
# NUESTRA HUELLA DE CARBONO

A medida que nuestra empresa sigue creciendo, asumimos una mayor responsabilidad en enfrentar la realidad del cambio climático. Por lo tanto, dentro de nuestro plan, resulta fundamental buscar medidas que promuevan la descarbonización de nuestro modelo de negocio.

En el año 2022, hemos vuelto a monitorear nuestras emisiones de alcance 1[9] y alcance 2[10]., las cuales alcanzaron un total de 17,78 toneladas de CO2 equivalente. Este valor representa un incremento del 63,42% en comparación con el año anterior, principalmente debido a la expansión llevada a cabo en retail.

Nos hacemos responsables de las emisiones que generamos y consideramos que es nuestra obligación encontrar soluciones y alternativas efectivas para mitigar el problema del cambio climático. Nuestro objetivo principal es reducir nuestras emisiones, y para lograrlo, hemos tomado medidas concretas, como dar prioridad a la adquisición de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables en todas nuestras instalaciones.

Cuando no sea factible obtener energía renovable, nos comprometemos a compensar nuestra huella de carbono. En el año 2021, logramos un hito importante al neutralizar todas nuestras emisiones. Y para el año 2023, también nos comprometemos a neutralizar las emisiones generadas en 2022, utilizando la reconocida Plataforma de Compensación de Huella de Carbono de las Naciones Unidas.




[9] Emisiones de alcance 1 son emisiones directas de gases de efecto invernadero asociadas a fuentes que son propiedad de o están controladas por SASMAT RETAIL S.L. como por ejemplo, emisiones provenientes de la combustión en calderas, vehículos propios o emisiones fugitivas entre otros.

[10] Emisiones de alcance 2 son emisiones indirectas de gases de efecto invernadero asociadas a la generación de electricidad adquirida y consumida por SASMAT RETAIL S.L.

# 5.4
# DATOS CLAVE

## CONSUMO ENERGÉTICO POR TIPO DE ENERGÍA

| | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---|---|---|
| CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA (KWH) | 34.756 | 71.211 | 163.616 |
| GAS NATURAL (KWH) | 25.537 | 26.903 | 31.298 |
| OTROS COMBUSTIBLES (KWH)[11] | | 1.177 | 1.742 |
| ELECTRICIDAD (KWH) | 9.219 | 43.131 | 130.575 |
| ELECTRICIDAD DE ORIGEN NO RENOVABLE (KWH) | 7.761 | 19.819 | 29.680 |
| ELECTRICIDAD DE ORIGEN RENOVABLE (KWH) | 1.458 | 23.312 | 100.895 |

## CONSUMO DE AGUA

| | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---|---|---|
| CONSUMO DE AGUA ($M^3$)[12] | 179 | 165 | 307[13] |

## HUELLA DE CARBONO

| | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---|---|---|
| ALCANCE 1 (T DE $CO_2$ EQUIVALENTE)[14] | 4,65 | 5,21 | 9,44 |
| ALCANCE 2 (T DE $CO_2$ EQUIVALENTE)[15] | 2,54 | 5,66 | 8,34 |
| TOTAL: ALCANCE 1 + ALCANCE 2 (T DE $CO_2$ EQUIVALENTE) | 7,19 | 10,88 | 17,78 |

[11] Incluye el consumo de combustible de los vehículos propios de la sociedad. No se ha determinado para el año 2020.

[12] El consumo es debido principalmente al consumo de agua potable, limpieza y servicios sanitarios, de tal forma su vertido a las redes de saneamiento está garantizado.

[13] Para aquellas tiendas donde no es posible acceder a los consumos o facturas se ha calculado a partir del consumo promedio por empleado.

[14] Las emisiones de Alcance 1 se calculan a partir del consumo de los distintos tipos de combustible y las emisiones asociadas a fugas ocasionales de refrigerantes procedentes de equipos de aire acondicionado y sus correspondientes factores de emisión. Fuentes de los factores de emisión:

(01) Factores de emisión, versión 23 del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.
(02) Base de datos de vehículos del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía.
(03) Quinto Informe de Evaluación del IPCC.

[15] Las emisiones de Alcance 2 se calculan a partir del consumo de electricidad y sus correspondientes factores de emisión. Fuentes de los factores de emisión: CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia)



6

# PRODUCTO

6.1 Hacia materiales más responsables
6.2 Salud y seguridad de producto
6.3 Cadena de suministro
6.4 Packaging

# 6

**Nos esforzamos por alcanzar una cadena de suministro más responsable y abordar activamente los desafíos que se presentan. Esto incluye mejorar la trazabilidad, promover el abastecimiento responsable y, en general, crear joyería fabricada con un criterio sostenible.**

# 6.1
# HACIA MATERIALES MÁS RESPONSABLES

En SASMAT RETAIL continuamos con nuestro compromiso de introducir más materiales que cumplen con criterios de sostenibilidad para promover una economía circular, lograr una cadena de suministro más responsable y satisfacer las demandas de nuestros clientes.

Nuestro camino comenzó en 2021 con nuestra primera colección de Alta Joyería, la cual contenía oro reciclado de 18K y diamantes de laboratorio. Desde entonces no hemos parado de buscar materiales y procesos innovadores, así como herramientas y estándares internacionales reconocidos que nos permitan certificar la reducción del impacto medioambiental y social de nuestro producto.

### 6.1.1 MATERIAL RECICLADO

Al emplear metales reciclados podemos evitar el uso de nuevas materias primas, además de reducir los riesgos sociales, éticos y medioambientales asociados al proceso de minería.

La minería es un proceso con impactos medioambientales negativos y se asocia con efectos adversos significativos, incluyendo los relacionados con los derechos humanos y otros conflictos, como la financiación de conflictos armados, abusos por partes de contratistas de seguridad, blanqueo de capitales, corrupción o impago de derechos.

Los metales de origen reciclado empleados en la fabricación de nuestras joyas proceden de fundiciones verificadas por el estándar Cadena de Custodia de la Responsible Jewellery Council, que es la principal organización mundial encargada de la elaboración de estándares que cubren toda la cadena de valor del sector de la joyería y relojería.

Todas nuestras joyas de la colección de Alta Joyería contienen oro reciclado. Además, con el objetivo de seguir avanzando hacia materias primas más sostenibles, en 2023 comercializaremos nuestra primera colección de plata reciclada.

### 6.1.2 DIAMANTES LAB-GROWN

Los diamantes son conocidos como el material de mayor dureza en la Tierra, puesto que se caracterizan por su resistencia al rayado y por su capacidad de rayar otros metales.[14]

Considerados “la gema más preciada del mundo”, no hay duda de que su brillo y belleza son impresionantes, sin embargo, esto no justifica los daños medioambientales y sociales que la minería causa.

En los últimos años, ha crecido la conciencia de cómo se obtienen los diamantes y de la importancia de crear una cadena de valor más ética y sostenible, lo que ha llevado a la creación de estándares internacionales como el Proceso de Kimberley, que tiene como propósito terminar con el flujo de diamantes conflictivos. Además, una innovación clave fue la creación de los primeros diamantes elaborados por el hombre: los diamantes lab-grown (diamantes de laboratorio).

Los diamantes lab-grown nos permiten excluir la minería del proceso y, por lo tanto, los riesgos sociales asociados a ella. Esto se debe a que los diamantes lab-grown se elaboran replicando el modo en el que los diamantes de minería se crean en la naturaleza, empleando tecnologías que reproducen el proceso de desarrollo natural de los diamantes sin el impacto negativo humano.

Son física, óptica y químicamente iguales a los formados bajo la superficie de la Tierra. Esta es la razón por la que los criterios para valorar su calidad son los mismos: Las 4 Cs (Color, Clarity, Cut and Carat).

En particular, nuestros diamantes son creados en laboratorio mediante las técnicas Deposición Química de Vapor y Alta Presión - Alta Temperatura.

**NOTA:**

**En el proceso de Deposición Química de Vapor (CVD, por sus siglas en ingles), se coloca una semilla de diamante (polvo de diamante de laboratorio) en una cámara de vacío que se calienta a alta temperatura y se llena con un gas rico en carbono. Este gas se ioniza, dejando que el carbono puro se adhiera lentamente al polvo de diamante, átomo por átomo, capa por capa, lo que finalmente culmina en la creación del diamante.**

**Con respecto a la técnica Alta Presión - Alta Temperatura (HPHT, por sus siglas en inglés), la semilla de diamante (también polvo de diamante de laboratorio) se coloca sobre una pieza de carbono en condiciones de alta presión y temperatura. Esta semilla se derrite junto con el carbono y se forma un diamante más grande alrededor, que finalmente se deja enfriar para descubrir el diamante creado.**

[14] **El diamante es clasificado como 10 en la Escala de Dureza de Mohs.**

# 6.2
# SALUD Y SEGURIDAD DE PRODUCTO

Otro factor clave que consideramos cuando fabricamos nuestros productos es que cumplan con los estándares de salud y seguridad de producto, especialmente aquellos destinados a grupos más vulnerables como los niños. Con esto en mente, en 2022 hemos actualizado nuestro **Estándar de seguridad y salud de producto** en conformidad con los requerimientos más estrictos de las leyes de salud y seguridad de producto en los mercados en los que operamos.

Todos nuestros proveedores de artículos de joyería deben cumplir con los requisitos de este estándar. Para asegurar el cumplimiento de nuestro estándar trabajamos con laboratorios internacionalmente reconocidos que comprueban su adecuada aplicación mediante la realización de análisis en artículos de joyería.

En 2022 no hemos detectado en nuestros análisis de los artículos de joyería comercializados ningún tipo de incumplimiento de las normativas aplicables en seguridad y salud de producto en los productos comercializados.

**Áreas de control del estándar de seguridad y salud del producto**

(A) **Sustancias restringidas**

Sustancias cuya fabricación, comercialización o uso está limitado o prohibido debido a que puede afectar a la salud de los usuarios.

(B) **Parámetros de seguridad**

Características del diseño de las joyas que pueden presentar riesgos en la integridad física de los usuarios.

# 6.3
# CADENA DE SUMINISTRO

### 6.3.1 ABASTECIMIENTO RESPONSABLE

Trabajamos activamente para elaborar artículos de joyería de forma responsable y crear un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Con esto en mente, hemos desarrollado nuestro programa de abastecimiento responsable basado en el cumplimiento de nuestro Código de Conducta para Proveedores y nuestra Política de Abastecimiento Responsable que todo proveedor debe cumplir.

Nuestro programa está alineado con la Guía De Debida Diligencia de la OCDE Para Cadenas De Suministro Responsables De Minerales En Áreas De Conflicto O De Alto Riesgo.

(1) **POLÍTICA Y SISTEMA DE GESTIÓN**

(2) **ANÁLISIS DE RIESGOS**

(3) **AUDITORÍA DE PROVEEDORES**

(4) **PLAN DE ACCIÓN**

(5) **COMUNICACIÓN**



# 6.3
# CADENA DE SUMINISTRO

Para asegurar el cumplimiento de nuestro programa de abastecimiento responsable, el Departamento de Sostenibilidad evalúa cada proveedor potencial antes de formar parte de la cadena de suministro de SASMAT RETAIL y anualmente a los proveedores existentes.

Además, y reconociendo que la trazabilidad es la base para identificar, medir y reducir el impacto medioambiental y social global de una empresa, recogemos datos de todas nuestras órdenes de compra a través de nuestras herramientas internas, en las que los proveedores directos desglosan las fábricas empleadas en producción y cuáles son las refinerías de las que se abastecen (véase Trazabilidad para más información).

A partir de la información recolectada se lleva a cabo regularmente la identificación, evaluación y priorización de los riesgos que pueden causar impactos adversos en los trabajadores, las comunidades o el medio ambiente. En particular, la evaluación de riesgos incluye:

- Identificación de áreas afectadas por conflictos y de alto riesgo
- Identificación de los riesgos a nivel de país
- Identificación de riesgos a nivel de proveedor/producto

En función de la evaluación de riesgos, los proveedores de alto riesgo se someten a una auditoría independiente de terceros de acuerdo con las normas reconocidas internacionalmente y previamente aprobadas por SASMAT RETAIL.[15]

En 2022 todos los proveedores directos de alto riesgo proporcionaron informes de auditoría en los que no se identificaron incumplimientos considerados como “Zero Tolerance” en nuestra Política de Abastecimiento Responsable[16]

## 100% PROVEEDORES DIRECTOS DE ALTO RIESGO AUDITADOS.

## 0 ZERO TOLERANCE IDENTIFICADAS.

No obstante, como parte del programa de abastecimiento responsable contamos con planes de respuesta adecuados para prevenir o mitigar posibles riesgos, impactos adversos o cualquier otro incumplimiento de los requisitos de la compañía. Acompañamos y crecemos junto a nuestros proveedores, por ello solo nos desvincularemos de aquellos proveedores asociados a los impactos más perjudiciales, tal y como se define en nuestra Política de Abastecimiento Responsable. En todos los demás casos, nos comprometemos a tomar las medidas necesarias para aumentar el apalancamiento, ya sea individualmente o en colaboración, para prevenir o mitigar los riesgos.

[15] Los estándares aprobados por SASMAT RETAIL son RJC Code of Practice, SMETA y BSCI.

[16] SASMAT RETAIL tendrá una postura de Tolerancia Cero ante Serios abusos en derechos humanos, Apoyo directo o indirecto a grupos armados no estatales, Abusos de las fuerzas de seguridad públicas o privadas, así como contra el soborno, fraude y blanqueo de capitales.

# 6.3
# CADENA DE SUMINISTRO

## POLÍTICA DE ABASTECIMIENTO EN RUSIA

Desde que comenzó el conflicto entre Rusia y Ucrania, el 24 de febrero de 2022, Estados Unidos y la Unión Europea impusieron sanciones contra determinadas personas rusas, entidades de propiedad rusa y productos procedentes de Rusia. Todos los proveedores de SASMAT RETAIL están obligados, por supuesto, a cumplir todas las leyes de los respectivos países en los que operamos.

El Programa de Abastecimiento Responsable de SASMAT RETAIL se basa en la Guía de Diligencia Debida de la OCDE y está diseñado para garantizar que nuestra cadena de suministro cumpla con las leyes aplicables y no contribuya a conflictos o abusos de los derechos humanos, como los que están ocurriendo ahora en Ucrania.

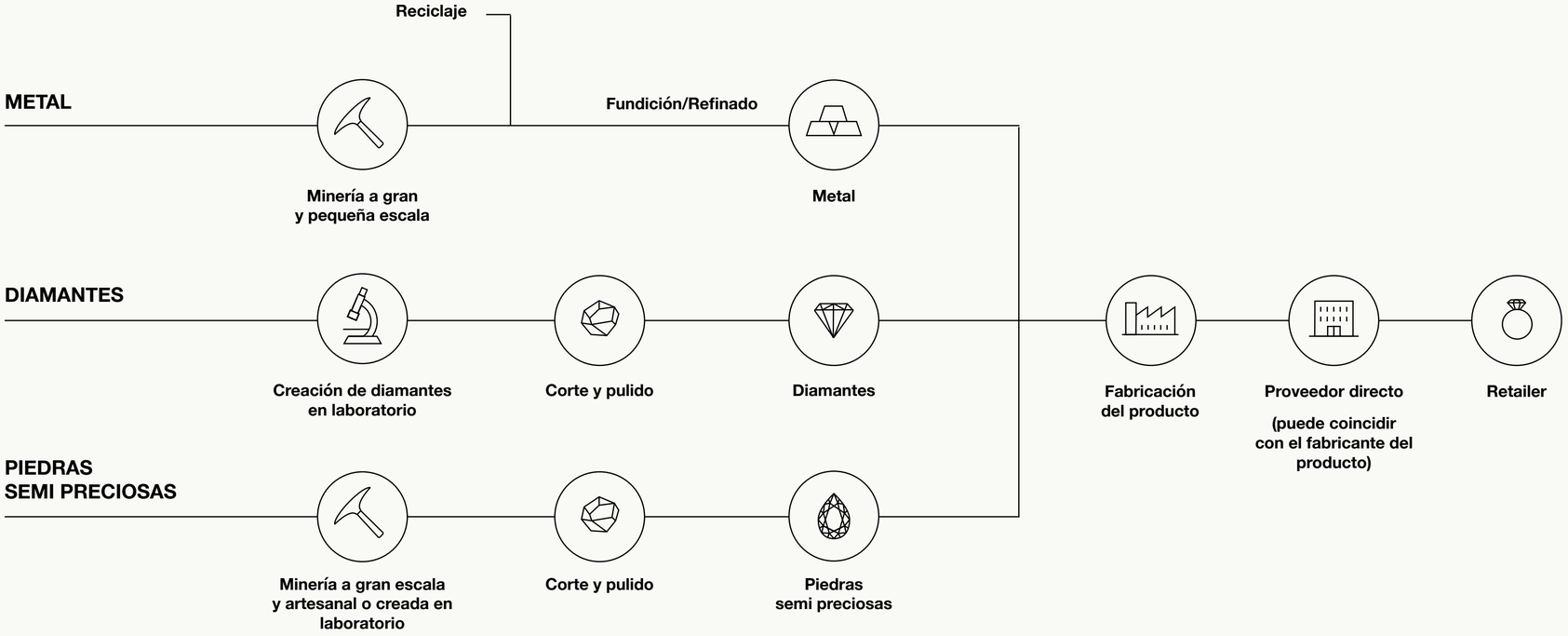
De acuerdo con la Guía de Diligencia Debida de la OCDE, SASMAT RETAIL ha determinado que la compra de metales preciosos (es decir, oro, plata y metales del grupo del platino) y piedras preciosas a entidades o individuos rusos sancionados puede contribuir a la vulneración de los derechos humanos y al conflicto en Ucrania. Por consiguiente, SASMAT RETAIL ha interrumpido todo comercio de metales preciosos y piedras preciosas procedentes de dichas fuentes rusas sancionadas, y exige a sus proveedores que dejen de suministrar los mismos a SASMAT RETAIL aunque el país o países en los que opere el proveedor no hayan impuesto sanciones a los metales preciosos y piedras preciosas rusos.

El cumplimiento de esta nueva política está sujeto a verificación de acuerdo con el Programa de Abastecimiento Responsable, y permanecerá en vigor hasta que se alcance un consenso internacional de que las violaciones de los derechos humanos han cesado y SASMAT RETAIL lo notifique a los Proveedores.

# 6.3
# CADENA DE SUMINISTRO

### 6.3.3 TRAZABILIDAD

La trazabilidad es la base para identificar, medir y reducir el impacto medioambiental y social global de una empresa. Sin embargo, la trazabilidad es uno de los grandes retos de nuestra industria. La trazabilidad de la cadena de suministro es increíblemente difícil dado que las materias primas que utilizamos (metales y gemas) provienen de distintas partes del mundo y pasan por múltiples manos hasta llegar a una de nuestras piezas.



# 6.3
# CADENA DE SUMINISTRO

En este sentido, mantenemos un diálogo permanente con nuestros proveedores para asegurarnos de que informan de todas las instalaciones y procesos que utilizan en la creación de cada una de nuestras joyas antes de comenzar la producción.

Enfocamos nuestros esfuerzos en conocer cómo, dónde y con qué se fabrican nuestras joyas, un paso imprescindible para generar confianza con nuestros clientes. En la actualidad, utilizamos herramientas internas para mapear a los proveedores que producen nuestros artículos, recopilar información sobre las instalaciones y las materias primas y, en definitiva, para garantizar una cadena de suministro más responsable cada día.

**(1) EMISIÓN DE LA ORDEN DE COMPRA**

Se emite la orden de compra y en paralelo se proporciona la herramienta para declarar las instalaciones empleadas en la producción y las fuentes de abastecimiento de piedras y metales preciosos.

**(2) DECLARACIÓN DE PROVEEDORES**

El proveedor declara las instalaciones empleadas en producción y las fuentes donde se abastece de piedras y metales preciosos.

**(3) VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

El departamento de sostenibilidad evalúa la información, evidencias y documentos recibidos.

**(4) APROBACIÓN Y FABRICACIÓN**

Se aprueba la declaración de proveedores y se procede con la fabricación.

## 5 PROVEEDORES CON COMPRA DE PRODUCTOS DE JOYERÍA TERMINADOS.

## 19 FÁBRICAS DE JOYERÍA ASOCIADOS A PROVEEDORES CON COMPRA[17].

[17] Incluye las fábricas declaradas por los proveedores con compra. Incluye los procesos de fabricación, ensamblaje y acabado de joyería, corte y pulido de piedras.

# 6.3
# CADENA DE SUMINISTRO



- Localización de proveedores con compra de productos de joyería terminados
- Localización de fábricas de joyería asociados a proveedores con compra

# 6.4
# PACKAGING

**Nos esforzamos constantemente por reducir el impacto ambiental de nuestro packaging sin comprometer la calidad de la experiencia del usuario. Para ello, trabajamos sobre tres áreas principalmente:**

## DISEÑO

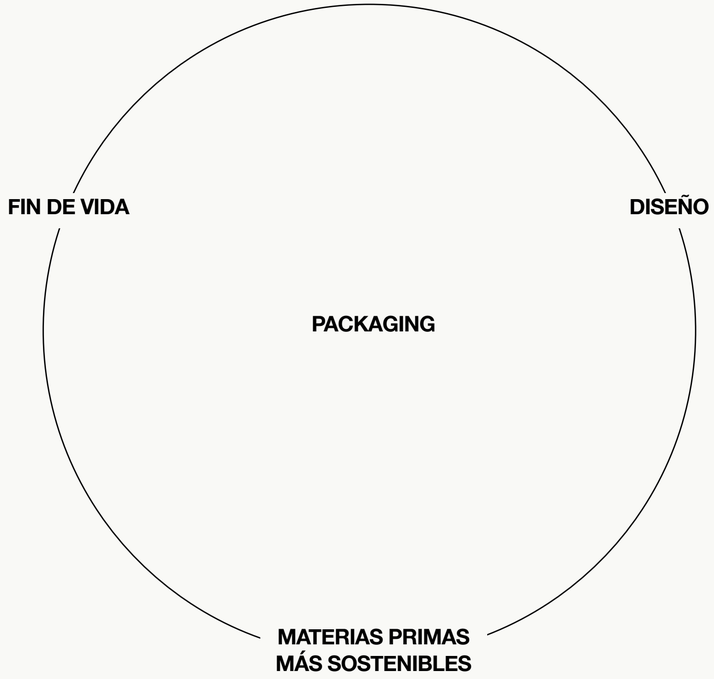
Optimizamos la volumetría de nuestro packaging, lo que nos permite reducir el uso de materiales y generación de residuos, así como optimizar el espacio y, en consecuencia, minimizar el impacto ambiental durante el transporte.
En particular, durante 2022 hemos trabajado en la optimización de la volumentría de nuestras cajas de expedición.

## MATERIAS PRIMAS MÁS SOSTENIBLES

Papel y cartón certificados por FSC o PEFC, garantizando que los bosques de donde provienen nuestras materias primas se gestionan de manera responsable, respetando los derechos de los trabajadores y las comunidades locales y conservando la biodiversidad.
Hacia un packaging libre de plástico: los envíos desde nuestra página web ya son libres de plástico desde 2021, y estamos trabajando para conseguir que los envíos desde otras plataformas e-commerce también lo sean.
En 2022 hemos conseguido que las polybag que protegen nuestras joyas durante el transporte y distribución sean de plástico reciclado y certificadas bajo el estándar Global Recycled Standard.

## FIN DE VIDA

Trabajamos la elección de materiales que puedan ser facilmente separados y clasificados, minimizando la generación de residuos y la extracción de recursos naturales.
Priorizamos que nuestras cajas y estuches sean monomateriales y de colores claros que permitan un mejor reciclaje de los materiales.







7

# ALIANZAS

7.1 Responsible Jewellery Council (RJC)
7.2 UN Global Compact

# 7

**Entendemos que las alianzas y asociaciones transformadoras son el único camino para encontrar soluciones integradas e innovadoras a los retos actuales y futuros del sector de la joyería.**

# 7.1
# RESPONSIBLE JEWELLERY COUNCIL (RJC)

En 2021, nos unimos a la Responsible Jewellery Council (RJC), la principal organización global dedicada a establecer estándares en toda la cadena de valor de la industria de la joyería y relojería. Fomentamos la adopción de los estándares de la RJC entre nuestros proveedores, incluyendo su Código de Prácticas (COP) y Cadena de Custodia (CoC). Estas normativas nos permiten mejorar nuestra cadena de suministro, garantizar prácticas empresariales éticas y asegurar una gestión responsable por parte de nuestros proveedores.

### CODE OF PRACTICE (COP)

El COP está alineado con la Guía de Diligencia Debida de la OCDE y los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos. Mediante la aplicación del Código de Prácticas, los miembros contribuyen a la agenda 2030 de las Naciones Unidas y a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

### CHAIN OF CUSTODY

La norma COC define un enfoque para que las empresas manipulen y comercialicen el oro, la plata y los metales del grupo del platino de forma trazable y con un origen responsable. La certificación COC complementa la certificación del COP del RJC.

# 7.2
# UN GLOBAL COMPACT

Estamos adheridos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2021, mostrando nuestro compromiso a establecer una gestión ética basada en los Diez Principios del Pacto Mundial, a contribuir en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y a comunicar nuestro progreso anualmente.

Los Diez Principios del Pacto Mundial derivan de declaraciones de Naciones Unidas en materia de derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción y gozan de consenso universal.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son 17 y cuentan con 169 metas concretas a desarrollar con horizonte 2030. Nosotros, como empresa del sector privado, tenemos un papel fundamental en esta hoja de ruta, siendo al mismo tiempo una responsabilidad y una oportunidad para alinear los ODS con nuestra estrategia de sostenibilidad. Para más información, vea nuestro Alineamiento con los ODS

WE SUPPORT
UN GLOBAL COMPACT

### DERECHOS HUMANOS

**Principio 1:** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

**Principio 2:** Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

### DERECHOS LABORALES

**Principio 3:** Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

**Principio 4:** Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

**Principio 5:** Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

**Principio 6:** Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

### MEDIOAMBIENTE

**Principio 7:** Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

**Principio 8:** Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

**Principio 9:** Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

### ANTICORRUPCIÓN

**Principio 10:** Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

8

# ANEXOS

8.1 Índice de contenidos GRI / Pacto Mundial / ODS
8.2 Contribución más relevante a los ODS

# 8.1
# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI/ PACTO MUNDIAL/ ODS

| GRI | DESCRIPCIÓN INDICADOR | SECCIÓN |
|---|---|---|
| **CONTENIDOS GENERALES** | | |
| **LA ORGANIZACIÓN Y SUS PRÁCTICAS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES** | | |
| 2-1 | Detalles organizacionales | SASMAT RETAIL & PDPAOLA |
| 2-2 | Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad | Sobre este informe |
| 2-3 | Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto | Sobre este informe<br>La fecha de publicación de la memoria de sostenibilidad para este ejercicio es el 18/10/2023. |
| 2-4 | Actualización de la información | N/A |
| 2-5 | Verificación externa | Este informe no se encuentra sujeto a una verificación externa |
| **ACTIVIDADES Y TRABAJADORES** | | |
| 2-6 | Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales. | SASMAT RETAIL & PDPAOLA<br>Cadena de suministro |
| 2-7 | Empleados | Datos clave (personas) |
| 2-8 | Trabajadores que no son empleados | Datos clave (personas) |
| **ESTRATEGIAS, POLÍTICAS Y PRÁCTICAS** | | |
| 2-22 | Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible | Un mensaje de nuestros fundadores |
| 2-23 | Compromisos y políticas | Cultura ética y de compliance |
| 2-26 | Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes | SASMAT RETAIL fomenta la comunicación de consultas sobre los Códigos de Conducta y Políticas Corporativas, así como las inquietudes sobre posibles incumplimientos, con el objetivo de poder tratar el asunto internamente de forma eficaz y siempre que el informante considere que no existe riesgo de represalias. Para ello, se ponen a disposición de los interesados la dirección postal de las oficinas y el correo electrónico Ethics@pdpaola.com |
| 2-27 | Cumplimiento de la legislación y las normativas | No se han reportado casos de incumplimientos significativos de la legislación aplicable. |
| 2-28 | Afiliación a asociaciones | Alianzas |
| **PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS** | | |
| 2-29 | Enfoque para la participación de los grupos de interés | Identificación y diálogo con los grupos de interés |

# 8.1
# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI/ PACTO MUNDIAL/ ODS

| | | |
|---|---|---|
| 2-30 | Convenios de negociación colectiva | Datos clave (personas) |
| **TEMAS MATERIALES** | | |
| **CONTENIDOS SOBRE LOS TEMAS MATERIALES** | | |
| 3-1 | Proceso de determinación de los temas materiales | Análisis de materialidad |
| 3-2 | Lista de temas materiales | Análisis de materialidad |
| **ECONOMÍA** | | |
| **ANTICORRUPCIÓN** | | |
| 205-3 | Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas | No se han confirmado casos de corrupción en 2022 |
| **MEDIOAMBIENTE** | | |
| **ENERGÍA** | | |
| 302-1 | Consumo energético dentro de la organización | Consumo energético<br>Datos claves (planeta) |
| **AGUA Y EFLUENTES** | | |
| 303-5a | Consumo de agua | Datos claves (planeta) |
| **EMISIONES** | | |
| 305-1 | Emisiones directas de GEI (alcance 1) | Nuestra huella de carbono<br>Datos claves (planeta) |
| 305-2 | Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) | Nuestra huella de carbono<br>Datos claves (planeta) |
| **SOCIEDAD** | | |
| **EMPLEO** | | |
| 401-1 | Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal | Datos claves (personas) |
| **RELACIONES TRABAJADOR - EMPRESA** | | |
| 402-1 | Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales | Todos los cambios operativos son al menos aplicados mediante el aviso legal mínimo en los respectivos países. |
| **SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO** | | |
| 403-5 | Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo | Salud y seguridad en el trabajo |

# 8.1
# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI/ PACTO MUNDIAL/ ODS

| | | |
|---|---|---|
| 403-6 | Fomento de la salud de los trabajadores | Salud y seguridad en el trabajo |
| **FORMACIÓN Y EDUCACIÓN** | | |
| 404-1 | Media de horas de formación al año por empleado | Datos clave (personas) |
| **DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES** | | |
| 405-1B | Diversidad en órganos de gobierno y empleados | Datos clave (personas) |
| 405-2 | Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres | Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades |
| **NO DISCRIMINACIÓN** | | |
| 406-1 | Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas | No se han detectado casos de discriminación en 2022 |
| **EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES** | | |
| 414-1 | Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales | Abastecimiento responsable |
| **SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES** | | |
| 416-2 | Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios | No han existido incumplimientos en esta materia |

# 8.2
# CONTRIBUCIÓN MÁS RELEVANTE A LOS ODS

| ODS | META | DESCRIPCIÓN DE LA META | SECCIÓN |
|---|---|---|---|
|  | 5.1 | Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo. | Cultura ética y de compliance<br>Cadena de suministro<br>Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades |
| | 5.2 | Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación. | Nuestra comunidad |
| | 5.5 | Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública. | Cultura ética y de compliance<br>Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades |
|  | 7.2 | De aquí a 2030, aumentar considerablemente la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas. | Hacia las energías renovables |
|  | 8.7 | Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, de aquí a 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas. | Cultura ética y de compliance<br>Cadena de suministro |
| | 8.8 | Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios | Cultura ética y de compliance<br>Cadena de suministro<br>Salud y seguridad en el trabajo |
|  | 10.2 | De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición. | Cultura ética y de compliance<br>Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades |
| | 10.3 | Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto. | Cultura ética y de compliance<br>Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades |
| | 10.4 | Adoptar políticas, especialmente fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad. | Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades |

# 8.2
# CONTRIBUCIÓN MÁS RELEVANTE A LOS ODS

| | | | |
|---|---|---|---|
|  | 12.2 | De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales. | Hacia materiales más responsables<br>Packaging |
| | 12.4 | De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente. | Salud y seguridad de producto |
|  | 16.2 | Poner fin al maltrato, la explotación, la trata y todas las formas de violencia y tortura contra los niños. | Cultura ética y de compliance<br>Cadena de suministro |
| | 16.4 | De aquí a 2030, reducir significativamente las corrientes financieras y de armas ilícitas, fortalecer la recuperación y devolución de los activos robados y luchar contra todas las formas de delincuencia organizada. | Cultura ética y de compliance<br>Cadena de suministro |
| | 16.5 | Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas. | Cultura ética y de compliance<br>Cadena de suministro |
|  | 17.16 | Mejorar la alianza mundial para el desarrollo sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los objetivos de desarrollo sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo. | Responsible Jewellery Council (RJC)<br>UN Global Compact |
| | 17.17 | Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas. | Responsible Jewellery Council (RJC)<br>UN Global Compact |

# MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2022 SASMAT RETAIL

PDPAOLA.COM

INSTAGRAM
TIK TOK
FACEBOOK
YOUTUBE

PDPAOLA