

**Informe de Verificación Independiente
del Estado de Información No Financiera
correspondiente al ejercicio anual
finalizado el 31 de julio de 2026**

**AAO ÓPTICO, S.A.
(Sociedad Unipersonal)**



The better the question.
The better the answer.
The better the world works.



**Shape the future
with confidence**

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

Al Accionista Único de AAO ÓPTICO S.A. (Sociedad Unipersonal):

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de julio de 2026, de AAO ÓPTICO, S.A. (Sociedad Unipersonal) (en adelante la Sociedad) que forma parte del Informe de Gestión adjunto de la Sociedad.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en el "ANEXO I. TABLA CORRESPONDENCIA LEY DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA" incluido en el EINF adjunto.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión de la Sociedad, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de AAO ÓPTICO S.A. (Sociedad Unipersonal). El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de *Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en "ANEXO I. TABLA CORRESPONDENCIA LEY DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA" del citado Estado.

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

Los administradores de la Sociedad son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y gestión de la calidad

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

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad (NIGC) 1, que requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad que incluya políticas y procedimientos relativos al cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y requerimientos legales y reglamentarios aplicables.

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

Nuestra responsabilidad

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

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

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

- ▶ Reuniones con el personal de la Sociedad para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- ▶ Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio finalizado el 31 de julio del 2026, en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad y descrito en el apartado 1.6.1. Identificación de prioridades: doble materialidad considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- ▶ Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio finalizado el 31 de julio de 2026.
- ▶ Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio finalizado el 31 de julio de 2026.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio anual finalizado el 31 de julio de 2026 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- ▶ Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de la Sociedad correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de julio de 2026 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "ANEXO I. TABLA CORRESPONDENCIA LEY DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA" del citado EINF.

Uso y distribución

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

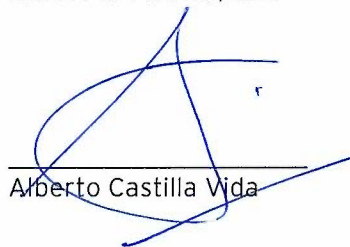
INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

ERNST & YOUNG, S.L.

2026 Núm. 01/26/22164
SELLO CORPORATIVO: 30.00 EUR

Sello distintivo de otras actuaciones

ERNST & YOUNG, S.L.



Alberto Castilla Vida

8 de octubre de 2026

ALAIN AFFLELOU

Óptico y Audiólogo

ESTADO DE
INFORMACIÓN NO
FINANCIERA

2025-2026

ACERCA DE ESTE INFORME	5
1. ALAIN AFFLELOU	6
1.1. Nuestra Identidad	6
1.1.1. Nuestra Visión y Misión	6
1.1.2. Nuestros Valores	6
1.2. Nuestra presencia internacional	7
1.3. Nuestras principales cifras y reconocimientos	8
1.4. Modelo de negocio, Estrategia y Cadena de valor	9
1.4.1. Modelo de negocio	9
1.4.2. Estrategia	11
1.4.3. Cadena de valor: intereses y opiniones de los grupos de interés	12
1.4.4. Evolución del modelo de negocio	16
1.5. Estructura de Gobierno	18
1.6. Impulsamos la gestión sostenible	19
1.6.1. Identificación de prioridades: doble materialidad	19
1.6.2. Nuestra Estrategia de Sostenibilidad	22
1.6.3. Hoja de Ruta Sostenibilidad en España	25
2. CULTURA ÉTICA Y CUMPLIMIENTO	28
2.1. Estrategia	28
2.2. Gestión de riesgos y oportunidades	30
2.2.1. Análisis y Gestión de Riesgos	30
2.3. Políticas	31

Estado de Información No financiera

2.4.	Acciones	35
2.4.1.	Gestión del cumplimiento	35
2.4.2.	Sensibilización de nuestros colaboradores	36
2.4.3.	Auditorías y controles internos	38
2.4.4.	Protección de datos y seguridad de la información	38
2.4.5.	Derechos Humanos y Normativas Internacionales	40
2.5	Indicadores clave	41
3.	EMPLEADOS	42
3.1.	Estrategia	44
3.2.	Gestión de riesgos y oportunidades	44
3.3.	Políticas	45
3.4.	Acciones	46
3.4.1.	Atraer y fidelizar el talento	46
3.4.2.	Impulsar el desarrollo de todos los empleados	54
3.4.3.	Lucha contra la discriminación y fomento de la diversidad y la inclusión	61
3.4.4.	Favorecer un ambiente de trabajo de calidad y el bienestar de los empleados	66
3.5.	Indicadores clave	71
3.5.1.	Otros indicadores sobre los trabajadores propios	72
4.	FRANQUICIADOS	76
4.1.	Estrategia	76
4.2.	Gestión de riesgos y oportunidades	76
4.3.	Políticas	76

Estado de Información No financiera

4.4.	Acciones	77
4.4.1	Promover el desarrollo responsable de la red de franquicias	77
4.5.	Indicadores clave	81
5.	CLIENTES Y SOCIEDAD	82
5.1.	Estrategia	82
5.2.	Gestión de riesgos y oportunidades	82
5.3.	Políticas	82
5.4.	Acciones	83
5.4.1	Actuar a diario para mejorar la satisfacción y la experiencia del cliente	83
5.4.2	Ofrecer productos y servicios innovadores y accesibles	87
5.4.3	Sensibilización y asesoramiento profesional	91
5.5.	Indicadores clave	99
6.	MEDIOAMBIENTE	101
6.1.	Estrategia	101
6.2.	Gestión de riesgos y oportunidades	101
6.3.	Políticas	102
6.4.	Acciones	102
6.4.1.	Reducir la huella de carbono de nuestras actividades y nuestra cadena de valor	102
6.4.2.	Limitar el impacto ambiental de nuestros productos y embalajes	107
6.4.3.	Gestión del agua	113
6.5.	Indicadores clave	113
7.	PROVEEDORES Y PRODUCTOS	114

Estado de Información No financiera

7.1.	Estrategia	114
7.2.	Gestión de riesgos y oportunidades	114
7.3.	Políticas	114
7.4.	Acciones claves	115
7.4.1	Garantizar la calidad y la seguridad de los productos y servicios	115
7.4.2	Desarrollar relaciones duraderas con los proveedores	116
7.5.	Indicadores clave	117
ANEXO I. TABLA CORRESPONDENCIA LEY DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA		118

Acerca de este informe

A continuación, presentamos el Estado de Información No Financiera (en adelante, “EINF”) de la sociedad AAO ÓPTICO S.A.U, parte del Grupo AFFLELOU, a partir de ahora AAO. Además de información de esta sociedad obligada al reporte, presentamos información del Grupo ALAIN AFFLELOU España, desde ahora “ALAIN AFFLELOU en España”, “ALAIN AFFLELOU España”, “ALAIN AFFLELOU” o la “Compañía”. El Grupo desarrolla su actividad en España a través de las siguientes entidades:

- ALAIN AFFLELOU ESPAÑA, S.A.U. (en adelante, “AAE”): encargada de la franquicia de tiendas de óptica;
- ALAIN AFFLELOU AUDIÓLOGO, S.A.U. (en adelante, “AAA”): responsable de la franquicia de centros de audiología;
- AAO ÓPTICO, S.A.U. (en adelante, “AAO”): gestiona las tiendas propias de óptica y centros de audiología;
- Fundación ALAIN AFFLELOU (en adelante, la “Fundación”): a través de la cual canalizamos nuestra labor social. La labor específica de la Fundación se detalla en el capítulo 5.4.3 *Sensibilización y asesoramiento profesional*.

Este busca reflejar nuestro modelo de negocio, así como el impacto de nuestras actividades en las distintas dimensiones ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) durante el ejercicio 2025/2026 (entre el 1 de agosto de 2025 y el 31 de julio de 2026). En el informe se expone, asimismo, el conjunto de políticas e iniciativas adoptadas para la gestión de los riesgos a los que nos enfrentamos, así como los resultados de estas durante el ejercicio. Ofrecemos una visión integral de cómo nuestras operaciones contribuyen al desarrollo sostenible y al bienestar de las comunidades en las que opera nuestra marca española.

Por otro lado, a través de la elaboración del EINF cumplimos con los requisitos de transparencia establecidos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, la cual modifica el Código de Comercio y otros textos legislativos en materia de información no financiera y diversidad (en adelante “Ley 11/2018”). Complementariamente, para garantizar la rigurosidad de los contenidos se han tomado como referencia los estándares internacionales GRI *Sustainability Reporting Standards*.

Para facilitar la consulta y verificación de la información contenida en este documento, se incluye una tabla de referencias que responde específicamente a los requisitos establecidos por la Ley 11/2018.

1. ALAIN AFFLELOU

1.1. Nuestra Identidad

Trabajamos para facilitar el acceso a productos y servicios que mejoren la salud visual y auditiva de las personas gracias a una de las mayores redes de franquicias de productos de óptica y audiología de Europa.

1.1.1. Nuestra Visión y Misión

Nuestra visión consiste en permitir a todo el mundo vivir su vida sin limitaciones y disfrutar de cada momento y nuestra misión es facilitar el acceso a productos y servicios que mejoren la salud visual y auditiva.

1.1.2. Nuestros Valores

- Compromiso: estamos comprometidos con las necesidades de las personas, tanto clientes y colaboradores (empleados y franquiciados) como con la sociedad en general.
- Liderazgo: nuestro modelo es pionero en el campo de la salud visual y auditiva. Nos gusta lo que hacemos y nos gusta hacerlo bien, y eso se traslada a nuestros resultados.
- Dinamismo: nos adaptamos continuamente a un entorno cambiante sin perder de vista nuestra misión.
- Innovación: afrontamos nuevos retos y exploramos diferentes vías para mejorar y superarnos.

Estos valores se trasladan a nuestra actividad diaria a través de una serie de comportamientos que promovemos internamente y compartimos con nuestros socios comerciales, guiando nuestra manera de trabajar y de relacionarnos con nuestros grupos de interés. En particular, buscamos:

- Actuar con ética, integridad, respeto, compromiso y profesionalidad, reforzando la imagen y el prestigio del Grupo.
- Fomentar un entorno basado en la colaboración y confianza.
- Promover el diálogo, compartir y escuchar.
- Buscar soluciones ágiles, originales y de calidad que respondan a las necesidades de nuestros clientes.
- Impulsar de forma constante la innovación y la identificación de nuevas oportunidades, incorporando nuevas tecnologías y formas de trabajar.
- Adaptarnos con rapidez a los cambios y a las exigencias profesionales.
- Garantizar la coherencia entre lo que decimos y lo que hacemos.

1.2. Nuestra presencia internacional

El Grupo AFFLELOU, que nace en Francia en 1972, está presente en 20 países de Europa, Asia-Oriente Medio, África y América del Sur a través de una red de 1.512 tiendas propias y franquiciadas. Mantiene su sede en Francia y dispone de una unidad encargada del diseño y desarrollo de los productos que se ubica en Ginebra, (Suiza).

Ilustración 1 Presencia internacional del Grupo AFFLELOU



Presencia en España

España supone el segundo mayor mercado de ALAIN AFFLELOU, con 397 puntos de venta sucursales y centros exclusivos en 50 provincias y las 2 ciudades autónomas. La red de ALAIN AFFLELOU España está compuesta por:

- Oficinas centrales (Madrid), donde se gestionan las funciones corporativas financieras, jurídica, de marketing y los servicios de apoyo a los franquiciados.
- 393 ópticas (79 sucursales y 314 franquiciadas)
- 244 espacios de audiología:
 - o 65 sucursales (61 córner incluidos en tienda y 4 centros exclusivos)
 - o 179 franquicias (171 córner y 8 centros exclusivos)

1.3. Nuestras principales cifras y reconocimientos

Cifras

Nuestras tiendas:

405 tiendas de óptica y audio:

- 83 propias
- 322 franquicias

Cada vez más cerca de los clientes

- 16 nuevas ópticas
- 2 Tiendas MAGIC AFFLELOU
- 37 nuevos espacios de audiología

Nuestras personas

597 colaboradores, de los cuales 490 son de ALAIN AFFLELOU

- 16 nacionalidades
- 96% empleo indefinido

205 franquiciados

- 61% de mujeres
- 1.544 empleo indirecto

28.653 formaciones en Afflelou Academy

Experiencia del cliente

- NPS: 87 puntos
- 4,85 sobre 5 estrellas en Google
- Aumento de +13.000 seguidores en redes sociales¹
- 551 ópticos en el Programa Optométrico Personalizado (POP)
- 196 audiólogos en el Protocolo Integral Audiológico (PIA)

Nuestro compromiso con el entorno

- Adhesión a la iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTi)
- Reducción de un 34% del consumo de combustible
- 100 % energía renovable y vehículos híbridos
- 5 toneladas de redes de pesca recogidas del mar gracias a “Mira por un Mar Limpio”

¹ Este aumento se debe al lanzamiento de TikTok que ha alcanzado una base de +4.500 seguidores en un solo año.

Reconocimientos

- Mejor Franquicia Internacional en la III Edición de los Premios Foro Exhibición Éxito Franquicia & Retail
- Ganador en las categorías “Mejor Franquiciador del año” e “Impacto Social” en los Premios Nacionales de la Franquicia
- Premio Nacional de la Franquicia en las Categorías “Mejor Franquiciador del año” e “Impacto Social” gracias al Proyecto Adelante
- Certificación “Madrid Excelente Alain Afflelou lugar ciberseguro”

Comprometidos con la igualdad de oportunidades

- Certificados Top Diversity Company, Best Woman Talent Company y Top Wellbeing Company (INTRAMA): por noveno año consecutivo, somos reconocidos entre las empresas líderes en diversidad e inclusión en España. Estos certificados refuerzan nuestras políticas de visibilidad y promoción de la mujer y el esfuerzo por convertirnos en una empresa referente en materia de Bienestar corporativo y Salud emocional.
- Nominación a los premios Diversity and Inclusion Awards en la categoría Top DISABILITY Diversity Company.

1.4. Modelo de negocio, Estrategia y Cadena de valor

1.4.1. Modelo de negocio

Trabajamos por hacer accesible la salud visual y auditiva, gracias a nuestra doble oferta de productos de óptica y audición y al trabajo de nuestra extensa red de tiendas propias y franquicias.

Nuestro modelo de negocio está marcado por una oferta que se adapta a las necesidades de cada cliente:

- Multi-formato: una red de 405 tiendas propias y de franquicia, con diferentes tipologías desde espacios en el centro de las ciudades, centros comerciales hasta tiendas en pequeñas localidades.
- Multi-producto: en España ofrecemos soluciones de óptica desde 2003, contando con una amplia gama de productos de marca propia y de terceros. Además, desde 2011 ofrecemos productos de audiolología.
- Multi-canal: nuestra amplia red de tiendas físicas se une a la oferta comercial a través de sitios web, que ofrecen todos los servicios y experiencia. Además, trabajamos con una comunicación multicanal que nos ayuda a sensibilizar sobre la importancia de la salud visual y auditiva e impulsar el negocio de nuestros franquiciados.

Estado de Información No financiera

Desarrollamos nuestra actividad gracias a una amplia red de establecimientos bajo una doble organización.

- **Tiendas franquiciadas:** este modelo consiste en establecimientos operados por franquiciados independientes que mantienen un acuerdo con los requisitos de calidad de ALAIN AFFLELOU España como franquiciador. Esta estructura permite aprovechar el compromiso local de los franquiciados junto con la experiencia y respaldo de ALAIN AFFLELOU. Los franquiciados son nuestros socios estratégicos clave, constituyen cerca del 80 % de nuestra red en España y emplean indirectamente a alrededor de 1.544 personas. Actualmente, contamos con 314 ópticas gestionadas por 205 propietarios, de los cuales el 61 % son mujeres. La línea de audiolología, por su parte, cuenta con 171 espacios en régimen de franquicia, los cuales suponen un 74 % de la red de audiolología.
- **Tiendas propias:** bajo la gestión directa de nuestros equipos, estas tiendas especializadas en óptica y audiolología están estratégicamente ubicadas en zonas urbanas y centros comerciales clave. En España contamos con 79 ópticas y 65 espacios de audiolología bajo nuestra gestión directa.

Tabla 1. Número de ópticas y centros de audiolología de ALAIN AFFLELOU en España en 2025-2026

	Tiendas propias ²	Tiendas franquiciadas	Total
Ópticas	79	314	393
Espacios de audiolología (tiendas exclusivas + córners) ³	65	179	244

Durante este año se han realizado 18 nuevas aperturas de ópticas y se ha alcanzado un hito en el área de audio, con la apertura de más de 30 nuevos espacios.

Actividades, productos y servicios

Ofrecemos una amplia gama de productos y servicios, que ayudan a las personas a tomar decisiones sobre su salud visual y auditiva.

² Titularidad de AAO.

³ Dentro de los espacios de audiolología se pueden encontrar tanto córner (incluidos en tiendas ópticas) como centros exclusivos (puntos de venta separados). El desglose sería el siguiente: 65 tiendas propias (61 córner y 4 centros exclusivos) y 179 tiendas franquiciadas (171 córner y 8 centros exclusivos). La suma de 79 tiendas propias de óptica más los 4 centros exclusivos de audio más las 314 tiendas franquiciadas de óptica y los 8 centros de audio franquiciados, componen la red de 405 tiendas de ALAIN AFFLELOU ESPAÑA.

Estado de Información No financiera

Nuestros productos se dividen en exclusivos del Grupo AFFLELOU, comercializados generalmente bajo la marca propia ALAIN AFFLELOU (y de manera excepcional bajo licencia) y los productos de terceros. Destacan monturas ópticas, lentes graduadas, gafas de sol (tanto graduadas como polarizadas), lentillas o productos de audiolología.

Los productos de marca propia buscan responder a las necesidades de los usuarios con una oferta innovadora y asequible. La colección AFFLELOU proporciona una variedad de productos, incluyendo:

- La colección "MAGIC" permite a los usuarios personalizar su experiencia visual gracias a que las monturas incluyen clips intercambiables. De este modo, los consumidores pueden cambiar sus cristales para adaptarse a cualquier situación, incluyendo deportes como el *running*, golf o el *gaming*, y actividades en mar y nieve. Esta línea incluye soluciones como Magic Sunny, con clips solares polarizados que transforman unas gafas graduadas en gafas de sol, y Magic Connect, una innovación que incorpora funcionalidades conectadas para responder a las nuevas necesidades de los usuarios.
- La marca "L'Éphémère" de lentes de contacto ofrece opciones diarias, mensuales y productos de mantenimiento, adaptándose a diferentes estilos de vida y necesidades visuales.
- Nuestra oferta de audiolología, desarrollada desde 2011, incluye una gama completa de productos de audiolología, de diversas tipologías y productos para su mantenimiento e higiene. Además de contar con productos de marcas reconocidas, hemos desarrollado "INCÓGNITO", nuestra propia marca de audífonos, en colaboración con Siemens, que combina tecnología, discreción y calidad para mejorar la experiencia auditiva de nuestros clientes.

1.4.2. Estrategia

En ALAIN AFFLELOU articulamos una respuesta ágil que nos permita adaptarnos a las necesidades de nuestro entorno con el objetivo de seguir transformando nuestra empresa para dar acceso a soluciones de óptica y audiolología. Esta estrategia se articula en torno a tres pilares:

- Comunicación. Fomentamos un diálogo constante con nuestros grupos de interés que nos permite anticiparnos a sus necesidades y compartir el conocimiento y experiencia de nuestra trayectoria. Además, trabajamos en la estrategia de notoriedad de nuestra marca a través de presencia publicitaria y otros canales de comunicación. Nuestra filosofía es "Tan importante es saber hacerlo como hacerlo saber".
- Innovación. La búsqueda de la excelencia requiere un proceso de innovación y mejora continua. Aplicamos la innovación a todas las áreas del trabajo, desde nuestra oferta hasta

la experiencia del cliente y del franquiciado. Apostamos por la colaboración para ofrecer servicios y productos más innovadores y satisfacer las necesidades emergentes.

- Tecnología. Ponemos la tecnología al servicio del negocio para mejorar tanto la gestión en punto de venta como la experiencia del cliente. Analizamos e incorporamos soluciones disruptivas que optimizan los procesos y enriquecen nuestra oferta de productos.

Durante el año se han mantenido diferentes acciones para alcanzar los objetivos internos de ALAIN AFFLELOU España, entre los que se encuentran:

- o Desarrollar el emprendimiento y el negocio de óptica y audiolología a través de los franquiciados y empleados propios.
- o Desarrollo de un nuevo modelo comercial a través de las tiendas MAGIC AFFLELOU.
- o Asegurar la cercanía y accesibilidad de los clientes a través de los puntos de venta, especialmente en poblaciones aisladas con difícil acceso a buenos niveles de cobertura.
- o Promover el crecimiento y desarrollo de nuestros franquiciados permitiendo dar mayor servicio a nuestros clientes, tanto en el campo de la optometría como la audiolología.
- o Desarrollar el talento interno de nuestros colaboradores.
- o Promover la prevención de salud visual y auditiva.
- o Innovar a través de la gama de productos Magic (con clip).
- o Modernizar las tiendas.
- o Avanzar en nuestros compromisos de desarrollo sostenible a través de la Estrategia de Sostenibilidad.

El crecimiento que estamos experimentando es resultado directo de nuestra capilaridad, innovación, presencia de marca y comunicación.

1.4.3. Cadena de valor: intereses y opiniones de los grupos de interés

El modelo de negocio de ALAIN AFFLELOU se basa en la cooperación continua con nuestros grupos de interés que nos permite gestionar nuestra actividad a lo largo de toda la cadena de valor.

- Diseño y fabricación de los productos (de marca propia y de terceros). Contamos con un área especializada en el desarrollo de productos, ubicada en Suiza. En esta fase, colaboramos con proveedores estratégicos, con quienes trabajamos estrechamente para

asegurar los más altos estándares de calidad, así como un firme compromiso con la responsabilidad social y ambiental.

- Logística y distribución. Los productos son transportados a las tiendas a través del sistema logístico unificado del Grupo, lo que nos permite aumentar nuestra eficiencia y reducir nuestro impacto.
- Comunicación y notoriedad de marca. Impulsamos la presencia de nuestra marca en distintos canales como CRM, radio, redes sociales, punto de venta, medios de comunicación o relaciones públicas. Esta presencia nos permite visibilizar la importancia de la salud visual y auditiva, mejorar la experiencia del cliente e impulsar el negocio de nuestros franquiciados.
- Punto de venta. Ofrecemos soluciones presenciales en nuestros puntos de venta y alternativas digitales de *e-commerce* que nos permiten responder a las necesidades específicas de los consumidores. Además, ofrecemos servicios y herramientas que apoyan el trabajo de nuestra red de tiendas propia y franquiciada.
- Segunda vida de los productos. Ponemos a disposición de los consumidores finales, canales que nos permiten recuperar los productos después de su vida útil para reintroducirlos en la cadena de valor.

Con este objetivo, contamos con múltiples mecanismos de comunicación que nos permiten responder a las necesidades de cada grupo de interés:

Tabla 2. Grupos de interés de ALAIN AFFLELOU y mecanismos de comunicación

GRUPOS DE INTERÉS	MECANISMOS DE COMUNICACIÓN
Comité de Dirección del Grupo AFFLELOU	- Correo electrónico
	- Reuniones presenciales y virtuales a través de plataformas digitales
Comité de Dirección de ALAIN AFFLELOU España	- Correo electrónico
	- Línea telefónica
	- Reuniones presenciales y virtuales a través de plataformas digitales
	- Corner Stone y Sesame
Empleados	- Canal de Comunicaciones del Sistema de <i>Compliance</i>
	- <i>Newsletters</i> internas
	- Boletín de Formación

GRUPOS DE INTERÉS	MECANISMOS DE COMUNICACIÓN
Franquiciados y empleados de los franquiciados	- Ponte en sus zapatos: espacios para compartir iniciativas de la compañía
	- Encuesta de satisfacción
	- Voz del Empleado: encuestas específicas
	- Comité de empresa (sección sindical de AAO)
	- Correo electrónico
	- Línea telefónica
	- Reuniones presenciales y virtuales a través de plataformas digitales
	- Página web exclusiva para franquiciados
	- Plataforma de gestión de franquiciados
	- <i>Newsletters</i>
Clientes	- Boletín de Formación
	- Encuesta de satisfacción
	- Correo electrónico
	- Línea telefónica
	- Reuniones presenciales y virtuales a través de plataformas digitales
	- Atención directa en puntos de venta
	- Servicio de atención al cliente
	- Encuesta de satisfacción (NPS)
	- Encuestas y <i>focus groups</i>
	- Google <i>my business</i>
	- Página web
	- Blog

Estado de Información No financiera

GRUPOS DE INTERÉS	MECANISMOS DE COMUNICACIÓN
	- Redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok y Youtube) - <i>Newsletter</i> - WhatsApp <i>business</i> y mensajes de texto – SMS - Correo electrónico y teléfono - Televisión y radio - Ferias y patrocinios - Congresos
Proveedores	- Correo electrónico - Línea telefónica - Reuniones presenciales y virtuales a través de plataformas digitales - Correo electrónico
Centros de formación y universidades	- Línea telefónica - Reuniones presenciales y virtuales a través de plataformas digitales - Ferias y Congresos - Página web y redes sociales
Medios de comunicación	- Campañas publicitarias: TV, Digital y offline - Notas de prensa, <i>media alert</i>, <i>media story</i> - Eventos y acciones de Relaciones Públicas
Profesionales de la salud	- Página web y redes sociales
Asociaciones y sindicatos profesionales	- Eventos
Socios tecnológicos	- Correo electrónico - Reuniones presenciales y virtuales a través de plataformas digitales
ONG	

GRUPOS DE INTERÉS	MECANISMOS DE COMUNICACIÓN
	- Línea telefónica
	- Correo electrónico
	- Reuniones presenciales y virtuales a través de plataformas digitales

1.4.4. Evolución del modelo de negocio

Durante el ejercicio 2025-2026, hemos continuado trabajando para poder adaptar nuestro modelo de negocio al entorno cada vez más exigente y competitivo al que nos enfrentamos. El mercado óptico en España alcanza elevados niveles de madurez, caracterizado por un crecimiento limitado del número de establecimientos, una elevada competencia por las mejores ubicaciones comerciales y una creciente escasez de profesionales especializados.

Al mismo tiempo, los sectores óptico y audiológico continúan experimentando una transformación marcada por tendencias estructurales como el envejecimiento de la población, el incremento del uso de dispositivos digitales, una mayor sensibilidad hacia la salud visual y auditiva, la digitalización de la experiencia del cliente y la evolución de las expectativas de los consumidores. A ello se suman nuevos retos, como los efectos del cambio climático.

En los últimos años, hemos acelerado nuestro crecimiento, alcanzando cifras récord de aperturas en óptica y en audiología. Este avance se basa en un modelo de expansión centrado en la franquicia, la innovación comercial y el emprendimiento, que nos permite generar nuevas oportunidades y acercar la salud visual y auditiva a más personas. Todo ello refleja la solidez de nuestro modelo de negocio y la confianza que clientes y emprendedores depositan en nuestra propuesta de valor.

- Óptica: hemos alcanzado las 393 ópticas, con un incremento del 3 %. ALAIN AFFLELOU está creciendo en puntos de venta en un entorno maduro, lo que muestra la apuesta segura de los clientes sobre nuestra marca.
- Audiología: este año hemos alcanzado los 232 puntos de audiología. Este avance se ha visto impulsado por el compromiso de nuestros franquiciados, que hoy constituyen el 74 % de la red de audiología frente al 35 % de hace apenas cinco años. Además, hemos logrado un nuevo récord de aperturas, con más de 30 nuevos espacios incorporados en un solo año, como resultado de una estrategia sólida y de la creciente demanda de nuestros servicios especializados. Este crecimiento sostenido en presencia física ha contribuido a reforzar la actividad comercial y la capacidad de atención de la red, reflejando la confianza de nuestros clientes y la solidez de nuestra propuesta de valor.

Estado de Información No financiera

En este entorno la capacidad para seguir creciendo depende de la innovación, la diferenciación y la solidez de nuestra estrategia para generar un modelo de negocio resiliente y preparado para responder a las nuevas necesidades de todos nuestros grupos de interés.

El talento como motor de crecimiento

La creciente escasez de ópticos-optometristas y audioprotesistas es uno de los principales retos para el desarrollo del sector. Para responder a este desafío, durante el ejercicio hemos centrado esfuerzos en nuestra estrategia de atracción, desarrollo y fidelización del talento. Las principales iniciativas desarrolladas en materia de gestión del talento se describen con mayor detalle en el *capítulo 3. Empleados*.

Innovación para responder a las nuevas necesidades del mercado

La innovación continúa siendo uno de los principales diferenciadores de nuestro modelo de negocio. Durante el ejercicio hemos seguido ampliando nuestra propuesta de valor mediante productos y servicios que mejoran la experiencia del cliente y facilitan el acceso a la salud visual y auditiva. Esta evolución también se traslada al punto de venta. Nos encontramos pilotando un nuevo modelo comercial a través de las tiendas MAGIC AFFLELOU, un formato innovador que busca redefinir la experiencia de compra de nuestros clientes, reforzar nuestra marca y servir como referencia para el futuro desarrollo de nuestra red. Para más información consultar el *capítulo 5. Clientes y sociedad*.

La transformación tecnológica como habilitador del negocio

La tecnología continúa evolucionando desde una función de soporte hacia un elemento estratégico para el crecimiento de los negocios. Durante el ejercicio hemos llevado a cabo una profunda revisión de nuestra arquitectura tecnológica, modernizando sistemas, reforzando la calidad y gobernanza del dato y preparando la organización para el desarrollo de soluciones avanzadas de analítica e Inteligencia Artificial.

Nuestra visión se basa en una "tecnología invisible": una tecnología que simplifica los procesos, facilita el trabajo de nuestros equipos y mejora la experiencia de clientes y franquiciados sin añadir complejidad.

Un modelo preparado para seguir creciendo

Nuestro modelo de negocio se sustenta en una estrategia de crecimiento a medio y largo plazo, la expansión de la red comercial, el fortalecimiento del modelo de franquicia y la incorporación de nuevos profesionales gracias a nuestra estrategia de *Employee Branding* o iniciativas como el Proyecto Adelante.

Este compromiso con el crecimiento y el desarrollo de un modelo de franquicia sólido y sostenible ha sido reconocido durante el ejercicio con el Premio Nacional de la Franquicia, en las categorías “Mejor Franquiciado del Año” e “Impacto Social” gracias al Proyecto Adelante. Un reconocimiento que pone en valor más de dos décadas de compromiso de ALAIN AFFLELOU España con la innovación, la calidad del servicio y el desarrollo de su red de tiendas.

1.5. Estructura de Gobierno

ALAIN AFFLELOU España pertenece al Grupo Alain Afflelou, cuya estructura de gobierno se basa en dos pilares fundamentales:

- El Comité ejecutivo del Grupo, formado por 6 miembros, entre los que se encuentra Eva Ivars Buigues, CEO de Alain Afflelou España y Portugal.
- El Comité de Dirección, un equipo de dirección experimentado que permite la toma de decisiones estratégicas y la respuesta ágil.

ALAIN AFFLELOU España implementa un modelo de gestión basado en una comunicación transversal y continua entre las distintas áreas. Los equipos funcionales se articulan en direcciones o bajo el mando de la Consejera Delegada, Eva Ivars Buigues, de acuerdo con el siguiente esquema:

Ilustración 2 Comité de Dirección (recuadro beige) y Comité Extendido de ALAIN AFFLELOU en España



Todas las áreas de ALAIN AFFLELOU en España desempeñan funciones clave que contribuyen a una gestión centralizada y eficaz de la compañía. La Dirección de Ventas Sucursales coordina las delegaciones regionales responsables de la administración de las tiendas propias, siempre en línea con las políticas y planes definidos por las distintas direcciones de área. Actualmente, contamos con cuatro delegaciones regionales: dos ubicadas en la zona centro, una en la zona norte y otra en la sur. Cada una está liderada por una persona encargada de gestionar aproximadamente 20 establecimientos.

Por otro lado, la administración de AAO está a cargo de un administrador único, la entidad F2L, S.A.S., representada por la Consejera Delegada de ALAIN AFFLELOU en España. Esta figura tiene la responsabilidad de velar por la sostenibilidad, el buen gobierno corporativo, la comunicación, así como impulsar la transformación digital y la innovación dentro de la organización.

1.6. Impulsamos la gestión sostenible

En ALAIN AFFLELOU impulsamos una gestión sostenible de nuestro negocio, conscientes de que hacer accesible la salud visual y auditiva, requiere un firme compromiso con los retos sociales y ambientales que enfrenta nuestra sociedad.

- En 2007 creamos la Fundación ALAIN AFFLELOU, que marca nuestro compromiso con el bienestar de las comunidades a través de programas de salud visual y auditiva, para población infantil y población en situación de vulnerabilidad; así como iniciativas de sensibilización e innovación.
- En 2020, ALAIN AFFLELOU España se unió a la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- En 2021 se crea el Comité de Sostenibilidad del Grupo ALAIN AFFLELOU, cuyo objetivo ha sido transformar nuestra marca en una enseña plenamente sostenible a nivel global.
- En 2022, el Grupo ALAIN AFFLELOU se adhirió al Pacto Mundial, reafirmando nuestro apoyo a los 10 Principios del Pacto y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- En 2023, aprobamos nuestra Estrategia de Sostenibilidad global, lo que representó un avance crucial en la integración de la sostenibilidad en cada aspecto de nuestro negocio.
- En 2024-2025 ALAIN AFFLELOU España se adhirió a la Carta de la Diversidad. Además, se actualizaron las prioridades estratégicas a través del análisis de doble materialidad, que ha sido la base para la revisión de nuestra Estrategia de Sostenibilidad.
- Durante 2025-2026 completamos nuestra primera estrategia de sostenibilidad y diseñamos las bases para nuestra futura hoja de ruta. Además, hemos validado nuestro plan de descarbonización con la iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia (SBTi, por sus siglas en inglés).

1.6.1. Identificación de prioridades: doble materialidad

Nuestra estrategia de sostenibilidad 2023-2026 se apalancó en un análisis de materialidad, realizado en 2023, que nos permitió identificar los impactos, riesgos y oportunidades específicos para el Grupo, diferenciando entre nuestras operaciones en España y en Francia.

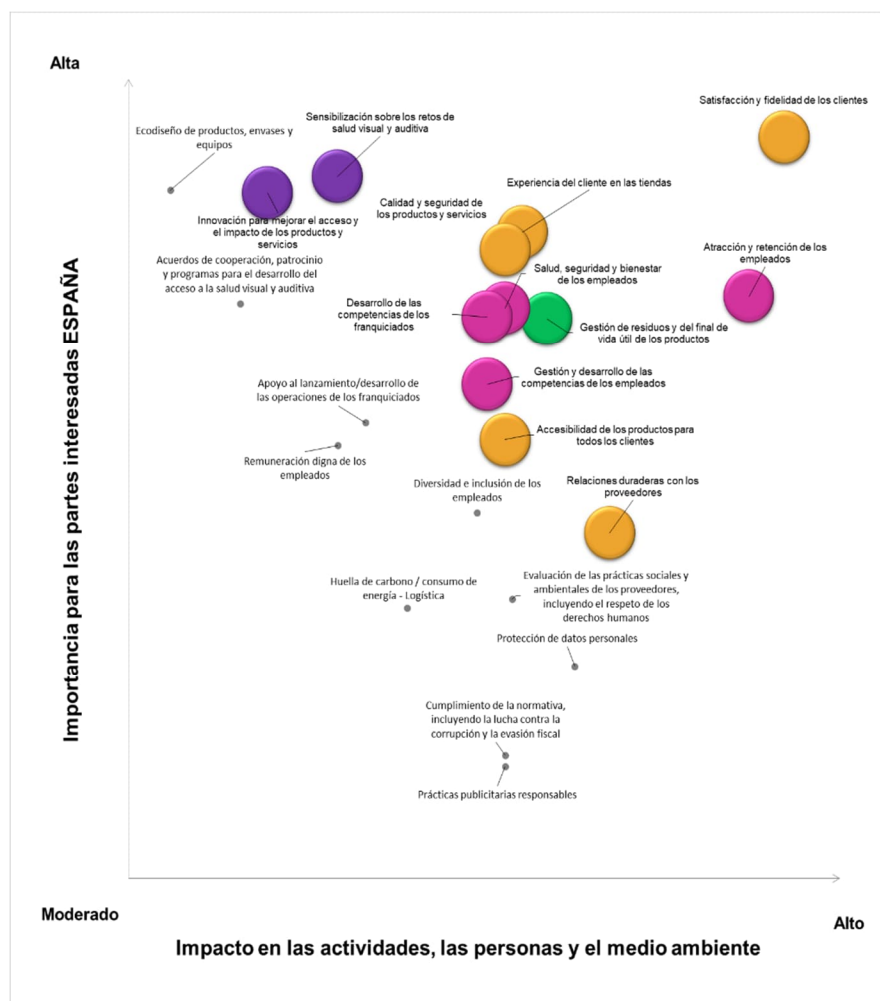
La metodología se alineó con los principios establecidos por los GRI Standards y la ISO 26000, asegurando una cobertura completa y coherente en términos de responsabilidad social y sostenibilidad.

Con este objetivo se desarrollaron las siguientes etapas clave:

1. Identificación y Mapeo de Grupos de Interés: evaluando su nivel de influencia y dependencia respecto a nuestras operaciones.
2. Detección de Asuntos Relevantes: a partir de una revisión exhaustiva de la documentación interna, guías sectoriales, informes de empresas similares y tendencias sociales y ambientales emergentes.
3. Consulta y Priorización de Expectativas: seleccionando un panel representativo de grupos de interés para recabar sus opiniones. A través de encuestas y entrevistas, solicitamos su valoración sobre la importancia de cada tema relevante.
4. Evaluación de Riesgos y Oportunidades: analizando el impacto de los temas identificados a través de entrevistas con miembros de departamentos operativos clave, así como del Comité de Dirección en Francia y España.
5. Integración de los resultados en nuestra Estrategia de Sostenibilidad: el Comité de Dirección validó que todas las evaluaciones fueran adecuadamente reflejadas en nuestra estrategia.

Estado de Información No financiera

Ilustración 3 Matriz de Doble Materialidad de AAE



Escuchar a nuestro entorno y evolucionar nuestra respuesta es clave para alinear la gestión de ALAIN AFFLELOU con las mejores prácticas internacionales y las expectativas de nuestros grupos de interés.

Con este objetivo, en el ejercicio 2025-2026 el Grupo ha elaborado su primer análisis exhaustivo de doble materialidad. Este ejercicio integra los impactos, riesgos y oportunidades de Bélgica, Suiza y Portugal, además de Francia y España (incluidas en el análisis anterior), cubriendo más del 95 % del volumen de negocio global del Grupo.

El resultado nos ofrece una radiografía fiel y rigurosa de nuestro impacto, que nos permite anticiparnos a los requerimientos de la nueva Directiva Europea de Reportes de Sostenibilidad (CSRD) y sentar las bases para nuestra nueva Estrategia de Sostenibilidad, que entrará en vigor en el ejercicio 2026-2027.

1.6.2. Nuestra Estrategia de Sostenibilidad

El ejercicio 2025-2026 marca el cierre de nuestra Estrategia de Sostenibilidad 2023-2026, un periodo durante el cual hemos integrado progresivamente la sostenibilidad en la estrategia y en el modelo de negocio de ALAIN AFFLELOU. Gracias al trabajo realizado durante estos cuatro años, hemos conseguido avances significativos en materia ambiental, social y de buen gobierno, y hemos sentado las bases para afrontar los nuevos retos regulatorios y de negocio.

Nuestra Estrategia de Sostenibilidad se ha estructurado en torno a seis pilares estratégicos, que abarcan 14 compromisos clave, alineados con la misión del Grupo de "Facilitar el acceso a productos y servicios que mejoren la salud y el confort visual y auditivo de las personas". Este pilar central de la estrategia se ha centrado en Clientes y sociedad, mientras que los otros cinco pilares han abordado nuestros compromisos con los empleados, franquiciados, proveedores y productos y el medioambiente.

Ilustración 4 Pilares y compromisos de la Estrategia de sostenibilidad del Grupo AFFLELOU

ESTRATEGIA SOSTENIBILIDAD GRUPO AFFLELOU

6 pilares & 14 compromisos



Estado de Información No financiera



Para asegurar la eficacia de nuestra estrategia, se establecieron diferentes objetivos, así como indicadores de seguimiento sustentados en planes de acción específicos.

Balance de la Estrategia 2023-2026

La finalización de esta primera hoja de ruta supone un hito importante para el Grupo, tras un periodo en el que la sostenibilidad ha pasado a formar parte de la gestión cotidiana y la toma de decisiones. Entre los principales avances alcanzados durante el periodo destacan la validación de nuestros objetivos climáticos por la iniciativa Science Based Targets (SBTi), el fortalecimiento de la gobernanza ESG, el desarrollo de soluciones innovadoras para mejorar la accesibilidad a la salud visual y auditiva, las iniciativas de economía circular y el impulso de proyectos de sensibilización e impacto social a través de nuestra Fundación.

Estos avances, junto a los resultados del primer análisis exhaustivo de doble materialidad, servirán de base para la nueva Estrategia de Sostenibilidad 2027-2030, que entrará en vigor en el próximo ejercicio. Este nuevo plan definirá nuestros compromisos frente a las principales tendencias y retos de sostenibilidad.

Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Alineamos nuestro trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los 10 Principios del Pacto Mundial. Además, hemos definido objetivos estratégicos específicos relacionados con los ODS prioritarios, que nos permiten focalizar nuestro esfuerzo, medir nuestro impacto y comunicar nuestro progreso de forma transparente:

Estado de Información No financiera

Ilustración 5 Objetivos corporativos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial



El Comité de Sostenibilidad

El Comité de Sostenibilidad del Grupo ALAIN AFFLELOU es el órgano responsable de integrar la sostenibilidad en todos los niveles del negocio, impulsando y coordinando acciones que alinean las operaciones con nuestros compromisos medioambientales, sociales y de buen gobierno.

El Comité está compuesto por cuatro miembros clave, lo que garantiza una representación equilibrada de la matriz francesa y de ALAIN AFFLELOU España:

- Consejera Delegada de ALAIN AFFLELOU España, quien aporta su visión estratégica y liderazgo.
- Director de Operaciones Financieras del Grupo, responsable de alinear los objetivos financieros con nuestras iniciativas de sostenibilidad.
- Responsable de Sostenibilidad de ALAIN AFFLELOU Francia e Internacional.
- Responsable de Sostenibilidad de ALAIN AFFLELOU España.

Además, tanto Francia como España cuentan con su propio Comité de Sostenibilidad extendido, que se reúne cada cuatro meses. En cada país, está integrado por 12 referentes de sostenibilidad de las principales áreas de la organización, junto con el equipo de sostenibilidad correspondiente.

1.6.3. Hoja de Ruta Sostenibilidad en España

A continuación, presentamos el grado de cumplimiento de los principales objetivos e indicadores definidos en la Hoja de Ruta de Sostenibilidad 2023-2026 para España a cierre de este ejercicio y de la estrategia.

Tabla 3. Hoja de Ruta Sostenibilidad en España

	COMPROMISOS	INDICADORES DE RESULTADOS		OBJETIVOS A 31/7/2026	RESULTADOS A 31/7/2025	Cierre de la estrategia (31/7/2026)
GOBERNANZA Y ÉTICA	INTEGRAR LA SOSTENIBILIDAD EN EL GOBIERNO CORPORATIVO	% Miembros CODIR sensibilizados en sostenibilidad	%	100%	100%	100%
	INTEGRAR LA ÉTICA EN NUESTRAS PRÁCTICAS Y RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	% Empleados adheridos al Código de conducta	%	100%	100%	100%
		% Empleados sensibilizados con las cuestiones éticas	%	100%	100%	100%
		% Empleados sensibilizados con la protección de datos personales	%	100%	100%	53%
EMPLEADOS	ATRAER Y FIDELIZAR TALENTO	% medio de personal con contrato indefinido	%	> 85 %	97%	96%
		Antigüedad media total de la plantilla	años	entre 6 y 8	7	7
	IMPULSAR EL DESARROLLO DE NUESTROS EMPLEADOS	% de la plantilla que recibió al menos una formación al año	%	> 70 %	74%	75%
	LUCHAR CONTRA LA DISCRIMINACIÓN Y FOMENTAR LA DIVERSIDAD Y LA INCLUSIÓN	% Mujeres en la plantilla total	%	entre 50% y 60%	80%	81%
		% de Mujeres en el CODIR	%	> 40 %	57%	29%
		Edad media de la plantilla total	años	entre 36 y 38	38,64	38,77
		% de empleados mayores de 50 en plantilla	%	> 15 %	14,8%	19%

Estado de Información No financiera

FRANQUICIADOS	PROMOVER EL DESARROLLO RESPONSABLE DE LA RED DE FRANQUICIAS	N.º de tiendas en plan ADELANTE		N.º Medio anual	32 apoyadas en 2024-2025	28 apoyadas en 2025-2026 ⁴ 113 tiendas apoyadas en total
		El 95% de los contratos de franquicia se prorrogan en proporción al total de contratos	%		97,85%	99,1%
		% de franquiciados formados			97% franquiciados y 64% de sus empleados reciben formación	97% de los franquiciados y el 64% de sus empleados reciben formación
		% de franquiciados sensibilizados con la RSE			100%	100%
CLIENTES Y SOCIEDAD	ACTUAR A DIARIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN Y LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE	Puntuación NPS de los Clientes	100	≥ 80/100	86 puntos	87 puntos
		Puntuación media de las reseñas en Google	5	≥ 4,5/5	4,84/5 ES	4,85 / 5 ES
	SENSIBILIZAR A LOS CLIENTES Y A LA SOCIEDAD EN MATERIA DE SALUD VISUAL Y AUDITIVA	Al menos una iniciativa por país y año (Salud Visual Infantil)	N.º	Al menos una al año	11.468 revisiones 4.421 gafas donadas	10.526 revisiones 3.807 gafas donadas
		Al menos una acción solidaria por país y año	N.º	Al menos una al año	El Desierto de los Niños: 800 revisiones, 650 gafas graduadas y 245 gafas de sol. Lions Club: Enviadas 48.335 gafas, de las cuales se seleccionaron para reacondicionar 14.631.	El Desierto de los Niños: 789 revisiones y 430 gafas graduadas y 359 gafas de sol Lions Club: 38.754 gafas, de las cuales se seleccionaron para reacondicionar 14.043
MEDIOAMBIENTE	REDUCIR LA HUELLA DE CARBONO	Compromisos de reducción de		Objetivo por validar, previsto para el ejercicio	<i>En curso</i>	Validados

⁴ En total son 113 tiendas de Proyecto Adelante de las cuales 110 son ópticas y 81 son espacios de audiología (córnens dentro de las ópticas y espacios exclusivos).

Estado de Información No financiera

	DE LAS ACTIVIDADES Y DE LA CADENA DE VALOR	emisiones a corto plazo, de acuerdo con la metodología SBTi		2025		
	LIMITAR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DE LOS PRODUCTOS Y EMBALAJES A LO LARGO DE SU CICLO DE VIDA	% de productos de marca propia ALAIN AFFLELOU «eco diseñados»	%	Objetivo por definir	94.2% de los clips fabricados con G850	41.2%
PROVEEDORES Y PRODUCTOS	GARANTIZAR LA CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	< x% de reclamaciones de productos AA al servicio posventa (por definir)	%	En curso	0,91% (monturas de marca propia + gafas de sol + clips)	1,16% (monturas de marca propia + gafas de sol + clips)
	DESARROLLAR RELACIONES RESPONSABLES CON LOS PROVEEDORES	x% de los proveedores se han adherido al código de conducta	%	99%	100%	100%

2. Cultura ética y cumplimiento

2.1. Estrategia

La ética, la integridad y el cumplimiento normativo constituyen pilares fundamentales del modelo de gestión de ALAIN AFFLELOU. Nuestro modelo de *Compliance*, junto con la Estrategia de Sostenibilidad, impulsa una cultura basada en la responsabilidad, la transparencia y el respeto a la legalidad que nos permite reforzar la confianza de nuestros grupos de interés y extender estos principios a toda nuestra cadena de valor.

Gobernanza

Función de cumplimiento

La función de cumplimiento está definida por el Reglamento del Órgano de Cumplimiento (aplicable a las sociedades españolas) que delimita las competencias de los distintos órganos que conforman el Sistema de *Compliance*. El reglamento establece de manera detallada las responsabilidades y los requisitos que deben cumplir los integrantes del Comité de Cumplimiento, cuyos miembros conforman asimismo el Órgano Sancionador, lo que garantiza el correcto ejercicio de sus funciones y refuerza la integridad del sistema.

Comité de Cumplimiento

El Comité de Cumplimiento es el órgano colegiado responsable de supervisar el funcionamiento del Sistema de Compliance de ALAIN AFFLELOU. Dependiente del órgano de Administración y dotado de autonomía e independencia en el ejercicio de sus funciones, tiene como objetivo promover una cultura de cumplimiento y garantizar la adecuada identificación, prevención y gestión de los riesgos derivados del incumplimiento normativo.

Entre sus principales responsabilidades destacan:

- Implementar, desarrollar y actualizar el funcionamiento eficaz del Sistema de *Compliance*.
- Asegurar que todos los procedimientos internos estén alineados con las normativas aplicables y los principios éticos de la empresa.
- Revisar y actualizar anualmente el Mapa de Riesgos Penales.
- Supervisar, controlar y evaluar el funcionamiento del Sistema de *Compliance*.
- Asesorar al Comité de Dirección y al Órgano de Administración en la toma de decisiones que puedan conllevar responsabilidad penal para la organización, proporcionando informes periódicos, al menos anuales, sobre las evaluaciones realizadas al Sistema de *Compliance*.

Estado de Información No financiera

El *Compliance Officer*, como miembro del Comité, coordina las actividades de supervisión del Sistema de Compliance, realiza el seguimiento de los riesgos identificados, evalúa la eficacia de las medidas de control implantadas y coordina la investigación de las posibles irregularidades en el sistema de *Compliance*, ya sea por conocimiento directo o por los reportes recibidos en el Sistema Interno de Información. También debe informar y reportar periódicamente al Comité de Cumplimiento, facilitando la toma de decisiones relacionadas con el monitoreo y actualización del sistema.

Durante el ejercicio 2025/26, se produjeron cambios en la composición del Comité de Cumplimiento como consecuencia de la jubilación de la Directora Jurídica. En octubre de 2025 se incorporó el nuevo Director Jurídico, que posteriormente asumió la Presidencia del Comité de Cumplimiento. Asimismo, fue designado como persona física delegada responsable del Sistema Interno de Información, en sustitución de la anterior Directora de Personas, reforzando la coordinación entre las funciones jurídica y de *Compliance*. Posteriormente, con fecha 23 de julio de 2026 ha sido nombrado nuevo miembro del Comité de Cumplimiento, en su calidad de vocal, al actual Director de Personas y Sostenibilidad. Todos los cambios han sido notificados, en tiempo y forma a la AINPI estatal.

Los miembros del Comité de Cumplimiento y el *Compliance Officer* son nombrados por tiempo indefinido por el Órgano de Administración.

Tabla 4. Composición Comité de Cumplimiento de ALAIN AFFLELOU

Miembros del Comité	Direcciones implicadas
Presidente	Director Jurídico
Vocal	Director de Personas y Sostenibilidad
Vocal	Directora Financiera
Secretaria y <i>Compliance Officer</i>	Miembro del departamento Jurídico

Órgano Sancionador del Sistema de *Compliance*

El Órgano Sancionador del Sistema de *Compliance*, constituido en 2022 e integrado por los miembros del Comité de Cumplimiento, tiene la responsabilidad de evaluar y decidir sobre las sanciones disciplinarias en casos de incumplimientos o irregularidades. Esta estructura integral asegura un enfoque riguroso y efectivo en la gestión de riesgos y el mantenimiento de un entorno de integridad y transparencia en todas las operaciones de la empresa.

2.2. Gestión de riesgos y oportunidades

De acuerdo con el análisis de Doble Materialidad, ALAIN AFFLELOU enfrenta riesgos materiales asociados al cumplimiento ético como son la *Protección de datos personales y el Cumplimiento de la normativa, incluyendo la lucha contra la corrupción y la evasión fiscal; así como el aumento de la presión regulatoria en cuestiones como la lucha contra la morosidad comercial o las normativas antifraude.*

Por su parte, la digitalización y la necesidad de procesos más eficientes implica también diversas oportunidades como la introducción de herramientas que aumentan la transparencia en los flujos de información y la agilidad en los procesos de colaboración con organismos como la Agencia Tributaria.

2.2.1. Análisis y Gestión de Riesgos

Nuestro Código de Conducta, el Sistema de *Compliance* Penal y la Política de *Compliance* son los pilares fundamentales de nuestra estrategia para reducir y mitigar los riesgos. Estos documentos establecen las normas y procedimientos que todos debemos seguir para garantizar que nuestras acciones estén en consonancia con la ley y nuestros valores éticos.

Mapa de riesgos de Compliance penal

Contamos con mecanismos adicionales para gestionar los riesgos de tipo penal de manera efectiva. El Mapa de riesgos tiene como objetivo principal centralizar la identificación, valoración, evaluación y gestión de los riesgos penales vinculados a la actividad de ALAIN AFFLELOU. La herramienta aúna los distintos riesgos penales a los que se enfrenta el Grupo en materia de derechos humanos, derechos laborales, medioambiente y corrupción.

El *Compliance Officer* es la figura responsable de revisar y actualizar nuestro mapa de riesgos penales. Además, supervisa el marco de control y asigna responsabilidades, garantizando una gestión adecuada. Esta gestión rigurosa nos permite asignar los controles necesarios para su prevención y mitigación.

En ALAIN AFFLELOU llevamos a cabo una revisión continua del Mapa de Riesgos con el fin de incorporar las novedades regulatorias, la evolución de la actividad y los riesgos emergentes, asegurando que el Sistema de *Compliance* permanezca alineado con la normativa vigente y con las mejores prácticas en materia de cumplimiento.

En este contexto, la experiencia adquirida tras acontecimientos como la DANA o el apagón eléctrico nos ha llevado a reforzar durante 2025/26, la gestión de riesgos relacionados con la

gestión de crisis y la continuidad del negocio, la prevención del fraude, las actuaciones inspectoras y los conflictos de interés. Asimismo, se ha puesto mayor foco en el análisis de los riesgos emergentes asociados a la Inteligencia Artificial y la ciberseguridad.

Por otra parte, hemos continuado avanzando en el desarrollo de mapas de riesgos específicos para cada una de las sociedades del Grupo (AAE, AAO, AAA y Fundación). Este trabajo servirá para definir nuevas medidas de control, políticas, procedimientos y acciones formativas adaptadas a los riesgos identificados en cada sociedad.

Reforzamos la gestión de otros riesgos

Durante el ejercicio, se ha reforzado la gestión de los riesgos fiscales mediante la puesta en funcionamiento de la estructura *Tax Compliance*, integrada por un Comité Fiscal y un sistema de coordinación entre los gestores tributarios internos y los asesores externos. Este modelo permite mejorar la identificación, evaluación y seguimiento de los riesgos fiscales, apoyándose en las políticas corporativas de cumplimiento tributario y reforzando el control del mapa de riesgos fiscales.

De igual manera, hemos elaborado un Protocolo de Gestión de Crisis Reputacionales (detallado en el apartado 2.4.2. *Sensibilización de nuestros colaboradores* del presente capítulo) y un Protocolo de Continuidad de Suministro y Gestión de Proveedores (detallado en el *Capítulo 7. Proveedores y Productos*).

2.3. Políticas

En línea con nuestro compromiso con la ética, la integridad y el cumplimiento normativo, durante el ejercicio 2025/26 hemos continuado reforzando nuestro marco de *Compliance* mediante la aprobación de nuevas políticas y la actualización de otras ya existentes. Además, se ha implantado un nuevo marco documental para el Grupo, con el objetivo de fortalecer la gestión responsable de los riesgos, la transparencia y el cumplimiento de los más altos estándares de conducta empresarial.

Código de Conducta

Durante el ejercicio 2025/26, hemos implantado un nuevo Código de Conducta de Grupo, que se encuentra disponible en la página web corporativa. Este documento sustituye el anterior Código de Conducta y refuerza el compromiso del ALAIN AFFLELOU con un marco común de principios, valores y pautas aplicables a todas las sociedades, así como a aquellos terceros con los que mantiene relaciones profesionales.

Estado de Información No financiera

El Código de Conducta se aplica a todos los empleados (incluidas todas aquellas relaciones contractuales) y directivos de las empresas pertenecientes al Grupo. Es decir, toda persona que, en el ejercicio de sus funciones, pueda tomar decisiones que generen obligaciones para la organización frente a terceros o ejercer una influencia significativa sobre dichas decisiones.

Los principios de actuación recogidos en el código son:

- Cumplimiento de la ley
- Respeto de los derechos humanos
- Fomento de la diversidad, la equidad y la inclusión
- Buenas condiciones de trabajo
- Confidencialidad y lealtad
- Respeto al medioambiente
- Respeto a socios y clientes
- Lucha contra la corrupción y el fraude
- Cumplimiento de los principios relativos a la protección de datos personales

A través de estas pautas, ALAIN AFFLELOU se compromete a mantener una conducta ejemplar y responsable en todas sus operaciones y relaciones empresariales.

Código de Conducta de Proveedores

El Código de Conducta para Proveedores, creado en 2021, establece un marco de referencia claro y exigente que permite la transmisión de nuestros valores en nuestra cadena de suministro.

Este Código tiene como objetivo promover, en todas las operaciones de la empresa, el cumplimiento de la normativa vigente, así como los estándares internacionales laborales, medioambientales y en materia de derechos humanos, incluyendo los establecidos por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

En el ejercicio 2025/26 se ha implantado una Carta Ética de Grupo para Proveedores, que se incorpora como anexo a todos los nuevos contratos suscritos con proveedores, garantizando que estos conozcan y acepten expresamente los valores y compromisos que rigen la actuación del Grupo. Asimismo, se ha elaborado una Política de Compras y Homologación de Proveedores, detallada en el *capítulo 7. Proveedores y Productos*.

Sistema Interno de Información (SII)

El Sistema Interno de Información (SII) es una herramienta fundamental para el desarrollo de las funciones de control que aseguran el funcionamiento efectivo de nuestro Sistema de *Compliance*. Nuestro Canal Ético de comunicaciones está gestionado por la firma legal externa Waterwhale,

Estado de Información No financiera

experta en derecho de empresa y *compliance* penal. A través de ella se analizan y gestionan las comunicaciones recibidas, que a su vez son reportadas con carácter trimestral al *Compliance Officer*. Este proceso garantiza la confidencialidad y el anonimato de los informantes, promoviendo un entorno seguro para la denuncia de irregularidades. Además, a través de este sistema, los usuarios tienen acceso a la Política del Sistema Interno de Información, al Manual de uso del canal y a otras vías de contacto como el correo electrónico, correo postal y una línea telefónica.

El procedimiento de gestión de informaciones regula el procedimiento de comunicación e investigación de informaciones, lo que permite facilitar canales de comunicación para que tanto los miembros del Grupo, como terceros, comuniquen, aquellas circunstancias que puedan suponer una materialización de una infracción penal o una infracción administrativa.

Política de *Compliance*

La Política de *Compliance* de ALAIN AFFLELOU tiene como propósito principal prevenir riesgos penales y evitar posibles implicaciones legales que puedan afectar a la empresa. Esta política se sustenta en varios pilares estratégicos:

- El compromiso y respaldo activo del Órgano de Administración y la alta dirección con el Sistema de *Compliance* Penal.
- La adopción de una postura de tolerancia cero frente a la corrupción y la prohibición de cualquier conducta delictiva.

El Comité de Cumplimiento, dotado con los recursos humanos, materiales y financieros necesarios, es el responsable de garantizar su eficacia.

Además, la política contempla un régimen disciplinario en caso de incumplimientos, junto con la obligación de reportar cualquier conducta que contravengan el Sistema de *Compliance* Penal. Este enfoque incluye una actualización y mejora continua del sistema, en consonancia con la normativa vigente, como el Código Penal español.

Política de Conflictos de Interés

La Política de Gestión de Conflictos de Interés de ALAIN AFFLELOU tiene como objetivo garantizar la transparencia, la objetividad y la imparcialidad en la toma de decisiones y en el desarrollo de las actividades empresariales. Se fundamenta en los principios recogidos en el Código de Conducta y en los estándares internacionales establecidos por la norma ISO 37001 sobre Sistemas de Gestión Antisoborno, estableciendo los criterios para identificar, prevenir, gestionar y, en su caso, mitigar cualquier situación de conflicto de interés que pueda surgir en el ejercicio de la actividad profesional.

Durante el ejercicio 2025/26, la Política ha sido actualizada para reforzar su integración con el Sistema de *Compliance*, ampliar los criterios de identificación y evaluación de los conflictos de interés, fortalecer los procedimientos de comunicación, registro y seguimiento por parte del Comité de Cumplimiento y actualizar las obligaciones de declaración de posibles conflictos por parte de empleados.

Política Anticorrupción

La Política Anticorrupción de ALAIN AFFLELOU se establece para alinear nuestras operaciones con los más altos estándares de integridad y transparencia. Esta política es fundamental para fortalecer nuestros valores y principios básicos, describir conductas susceptibles de ocasionar actos corruptos y proteger tanto a la compañía como a sus empleados de situaciones que puedan interpretarse como prácticas corruptas. Consideramos que la formación es un componente clave para la prevención de este tipo de situaciones. Por ello, integramos la Política Anticorrupción en las formaciones sobre el Sistema de *Compliance* y el Canal Interno de Información.

Política de Regalos, Hospitalidades e Invitaciones

Durante el ejercicio 2025/26 ha entrado en aplicación la Política de Regalos, Hospitalidades e Invitaciones, aprobada en julio de 2025 y que actualiza la anterior Política de Regalos, Obsequios e Invitaciones, con el objetivo de ampliar su alcance y reforzar el marco de actuación en materia de prevención de la corrupción y los conflictos de interés.

La Política se establece para proteger a la compañía y a sus empleados de situaciones que puedan parecer inapropiadas o dar lugar a prácticas corruptas. Define pautas claras de actuación para fomentar un comportamiento ético y responsable en la aceptación y ofrecimiento de regalo, hospitalidades e invitaciones, previniendo conflictos de interés y asegurando la toma de decisiones basada en la objetividad. La política se basa en los estándares definidos en el Código de Conducta, la Política Anticorrupción y en los estándares de la norma ISO 37001 sobre Sistemas de Gestión Antisoborno.

Política ante Actuaciones Inspectoras o supervisoras

ALAIN AFFLELOU ha aprobado durante el ejercicio 2025/26, la Política ante Actuaciones Inspectoras o Supervisoras, con el objetivo de establecer un marco de actuación común para la gestión de inspecciones, requerimientos y actuaciones de las distintas autoridades administrativas, judiciales y organismos supervisores. La Política define las responsabilidades de las distintas áreas implicadas y los procedimientos de actuación antes, durante y después de una inspección, promoviendo una actuación coordinada, transparente y alineada con el Sistema de *Compliance*, así como el cumplimiento de las obligaciones legales y la adecuada colaboración con las autoridades competentes.

Política de Inteligencia Artificial

En un contexto marcado por la aceleración de la transformación digital y la creciente incorporación de soluciones de Inteligencia Artificial en los procesos de negocio, durante el ejercicio 2025/26 ALAIN AFFLELOU ha aprobado su primera Política de Uso de Inteligencia Artificial. Esta política establece el marco de actuación para garantizar un uso seguro, responsable y ético de las herramientas de IA, promoviendo la innovación y la mejora de procesos, al tiempo que protege la información corporativa y los datos personales de clientes, empleados y colaboradores. Asimismo, define los principios que deben regir su utilización, clasifica las herramientas según su nivel de seguridad y riesgo, establece un procedimiento de evaluación y aprobación de nuevos desarrollos y refuerza los mecanismos de supervisión, formación y cumplimiento normativo, en línea con el Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial (AI Act).

Política de Devolución de Activos y Equipos de Empresa

Con el objetivo de reforzar la gestión y protección de los activos corporativos, durante el ejercicio 2025/26 ALAIN AFFLELOU ha aprobado la Política de Devolución de Activos y Equipos de Empresa. La Política establece el procedimiento que debe seguirse para la devolución de los equipos, dispositivos y demás activos facilitados por la Compañía al finalizar la relación laboral, definiendo las responsabilidades de los empleados, los criterios de revisión del estado de los equipos y el procedimiento aplicable en caso de no devolución o de daños derivados de un uso inadecuado. De este modo, se refuerzan los controles internos sobre los activos corporativos y se favorece una gestión más eficiente y segura de los recursos de la organización.

2.4. Acciones

2.4.1. Gestión del cumplimiento

El Sistema de *Compliance* de ALAIN AFFLELOU España, vigente desde 2020, promueve una cultura preventiva de integridad y respeto normativo. Además, establece mecanismos de seguimiento y control de diligencia debida para la prevención de conductas delictivas en todas las sociedades con las que operamos.

El Sistema se aplica mediante una serie de normativas internas, accesibles a todos los empleados a través del Canal del Empleado. Esta normativa interna es de aplicación para todos los empleados de ALAIN AFFLELOU España, incluidos los miembros del Órgano de Administración y directivos. Además, extendemos nuestro compromiso a toda la cadena de valor a través de nuestro Código de Conducta, que aplica a los franquiciados, y del Código de Conducta de Proveedores, que abarca a todos nuestros socios comerciales.

En el año 2025-2026, el departamento de Control de Gestión de ALAIN AFFLELOU ha continuado trabajando en la migración del sistema de *reporting* financiero, con el objetivo de optimizar la gestión interna y consolidar la información financiera a nivel de Grupo. También se ha realizado un estudio sobre la calidad del dato que ha permitido identificar áreas de mejora y proponer acciones orientadas a garantizar la estabilidad y calidad de la información que se transmite al CODIR para una mejor toma de decisiones. En esta misma línea desde el departamento de Control de Gestión ha elaborado y puesto a disposición del Comité de dirección un *dashboard* de indicadores estratégicos de la compañía.

2.4.2. Sensibilización de nuestros colaboradores

Durante el ejercicio 2025/26, el área de *Compliance* ha continuado impulsando acciones de formación y sensibilización con el objetivo de fomentar una cultura de cumplimiento transversal en toda la organización. Durante el ejercicio, las iniciativas han evolucionado hacia un enfoque preventivo y práctico, dotando a los empleados y franquiciados de criterios de actuación frente a riesgos reales de *Compliance* y reforzando la capacidad de respuesta de la organización ante situaciones que puedan comprometer su actividad o reputación.

Como parte de esta estrategia, las formaciones de *onboarding* continúan incorporando los principales elementos del Sistema de Compliance, incluyendo el Código de Conducta de Grupo, el Sistema Interno de Información (Canal Ético) y la prevención del acoso en el entorno laboral. Asimismo, durante el ejercicio se ha reforzado la formación en materia de prevención del fraude, incorporando de forma automática el curso de Prevención y Actuación ante Estafas y Fraude a todas las nuevas incorporaciones de sucursales, complementado con alertas periódicas de ciberseguridad, comunicaciones sobre protección de datos y recordatorios operativos dirigidos a prevenir intentos de fraude en la actividad diaria.

Durante el ejercicio también se elaboró el Protocolo de Prevención y Actuación ante Estafas y Fraude, con el objetivo de unificar los criterios de actuación ante posibles intentos de fraude y reforzar la cultura antifraude en toda la organización. El protocolo establece principios de actuación comunes, como la verificación obligatoria de solicitudes inusuales, el uso exclusivo de los canales internos de validación, el escalado inmediato de cualquier sospecha y la prohibición de actuar de forma individual ante un posible fraude, proporcionando una respuesta coordinada frente a riesgos como el fraude del CEO (suplantación de altos directivos), el *phishing* o los fraudes en tienda.

Además de las acciones dirigidas a toda la plantilla, durante el ejercicio se desarrollaron formaciones específicas para colectivos con mayores responsabilidades:

- Franquiciados, con una sesión centrada en el Sistema de *Compliance*, el Código de Conducta de Grupo, las principales políticas y procedimientos, el Comité de Cumplimiento,

el *Compliance Officer*, el Sistema Interno de Información y las obligaciones derivadas de la nueva Carta Ética y de RSC para Franquiciados.

- Comité de Delegados, mediante una sesión específica sobre el Protocolo de Prevención y Actuación ante Estafas y Fraude, la responsabilidad penal de las personas jurídicas en delitos de estafa, la nueva Política de Actuaciones Inspectoras y el funcionamiento del Sistema Interno de Información y la protección del informante.
- Gestión de crisis, mediante la elaboración de un nuevo Protocolo de Gestión de Crisis Reputacionales, que establece las pautas de actuación ante situaciones que puedan afectar la reputación de la Compañía. Para darlo a conocer y reforzar la capacidad de respuesta ante estas situaciones, hemos realizado talleres basados en casos prácticos para entrenar la activación de los distintos protocolos corporativos ante crisis reputacionales, conflictos con proveedores, intentos de fraude y conflictos de interés.

Con el objetivo de mantener una comunicación continua en materia de cumplimiento, durante el ejercicio también se impulsó la *newsletter* "Ética al Día", mediante la cual se difundieron de forma periódica las principales novedades del Sistema de *Compliance*, incluyendo la Política de Gestión de Conflictos de Interés, la Política Anticorrupción, la Política de Regalos, Hospitalidades e Invitaciones y el Protocolo de Prevención y Actuación ante Estafas y Fraude.

Tabla 5. Formaciones en materia de compliance llevadas a cabo durante los últimos dos ejercicios

N.º Asistentes	Ejercicio 2025-2026	Ejercicio 2024/2025 ⁵
Prevención contra situaciones de acoso laboral	118	112
Empleados	107	93
Franquiciados	11	19
Canal Interno de Información	109	98
Empleados	103	93
Franquiciados	6	5
Sistema de <i>Compliance</i> y Código de Conducta	99	90
Empleados	93	84
Franquiciados	6	6
Estafas: procedimiento de actuación en tienda	231	142
Empleados	121	134
Franquiciados	110	8
Protocolo de acoso sexual y por razón de sexo	226	-
Empleados	216	-

⁵ En 2024/2025 se produce una actualización en la metodología de cálculo, los nuevos datos contemplan usuarios únicos a lo largo del ejercicio (estén activas o no en ese momento) hayan realizado en la plataforma de formación los cursos que se indican y que han hecho la formación a lo largo de este ejercicio.

Franquiciados	10	-
¿Cómo prevenir el acoso sexual y por razón de sexo en tu equipo?	4	-
Empleados	3	-
Franquiciados	1	-
TOTAL FORMACIONES	787⁶	442

2.4.3. Auditorías y controles internos

Por tercer año consecutivo se ha dado continuidad al programa de auditoría interna de tiendas. En 2025-2026, se han visitado en total cinco tiendas, (tres en Sevilla y dos en Madrid) con el fin evaluar de manera sistemática los procesos operativos y financieros de la red comercial, identificar oportunidades de mejora y reforzar los mecanismos de control interno.

2.4.4. Protección de datos y seguridad de la información

Dada la naturaleza de los productos y servicios que ofrecemos, en ALAIN AFFLELOU recopilamos datos personales de nuestros empleados, franquiciados, proveedores y clientes, incluida información especialmente sensible, como la relacionada con su salud visual y auditiva.

Con el objetivo de garantizar la seguridad de la información, así como una gestión ética, segura y responsable de la información personal, contamos con un Comité de Seguridad de Datos. Durante el ejercicio 2025-2026, el Comité ha centrado su actividad en el seguimiento de proyectos estratégicos en materia de protección de datos, seguridad de la información y cumplimiento normativo digital, así como en la mejora de nuestros procedimientos.

En 2025-2026 se ha iniciado el desarrollo del Proyecto de Protección de la Información, orientado a reforzar la protección de la información sensible y prevenir riesgos derivados de la revelación de secretos empresariales. El proyecto persigue trasladar los mecanismos de protección ya existentes a la operativa diaria mediante la definición de criterios claros sobre el tratamiento de la información confidencial, acciones de formación basadas en casos reales e integración de estos principios en los procesos habituales de trabajo.

Además, durante el ejercicio, destacan los siguientes hitos:

- Avance en la implantación de la herramienta EPrivacy y actualización de los Registros de Actividades de Tratamiento (RAT) de las distintas sociedades del Grupo,

⁶ En 2025/2026 se incorporan dos formaciones adicionales en materia de prevención del acoso sexual y por razón de sexo.

permitiendo disponer de una visión más estructurada y actualizada de los tratamientos de datos personales, identificar tratamientos de mayor riesgo y planificar las correspondientes evaluaciones de impacto en materia de protección de datos.

- Desarrollo del Convenio Intragrupo de Protección de Datos, con el objetivo de ordenar y documentar los flujos de datos personales entre las distintas sociedades del Grupo, clarificando las responsabilidades de cada entidad y reforzando las garantías jurídicas y técnicas aplicables a estos tratamientos.
- Seguimiento de las nuevas obligaciones regulatorias, analizando el impacto potencial de normativas como el Reglamento Data Act y la Directiva NIS2 sobre la gobernanza de los datos, la ciberseguridad y la gestión del riesgo tecnológico.
- Impulso de la gobernanza de la Inteligencia Artificial, mediante la elaboración de la Política interna de uso de IA y el análisis de proyectos específicos para garantizar un uso responsable de estas tecnologías desde la perspectiva de la protección de datos, los derechos de imagen, la transparencia y la propiedad intelectual.
- Revisión de las tecnologías de seguimiento digital, incluyendo la configuración de *cookies*, la nueva página web corporativa y la utilización de herramientas de medición y publicidad digital, reforzando el cumplimiento de la normativa aplicable y la gestión del consentimiento de los usuarios.
- Desarrollo de un proyecto transversal de contactabilidad de clientes, orientado a fortalecer la gobernanza del dato mediante la revisión de los criterios de segmentación, conservación y actualización de la información, asegurando una gestión más coherente y trazable de las comunicaciones comerciales.
- Mejora continua del procedimiento de ejercicio de derechos, reforzando la coordinación entre las áreas implicadas y avanzando en la implantación de un formulario estandarizado para facilitar la gestión de solicitudes de acceso, rectificación, supresión y oposición.
- Refuerzo del control sobre proveedores tecnológicos, mediante la revisión de la documentación contractual y de las garantías de protección de datos aplicables a los terceros que prestan servicios tecnológicos a la compañía.
- Seguimiento y análisis preventivo de incidencias, revisando situaciones relacionadas con comunicaciones comerciales, herramientas utilizadas por franquiciados y proveedores tecnológicos, identificando oportunidades de mejora y reforzando los controles internos sin que durante el ejercicio se registraran brechas de seguridad de datos personales.

Cabe destacar la relevancia de la colaboración con las áreas de Jurídico / Protección de Datos y el departamento de IT en estos procesos, ya que se trata de un equipo con una visión transversal y técnica de todos estos aspectos, clave para abordar los retos en el tratamiento de información en un contexto cada vez más digital.

Durante este ejercicio, se han tramitado 322 ejercicios de derechos en materia de protección de datos y no se ha registrado ninguna brecha de seguridad.

Formación en materia de Protección de Datos

En ALAIN AFFLELOU hemos desarrollado diversas acciones formativas orientadas a reforzar el cumplimiento normativo en materia de protección de datos personales, conforme a lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y demás normativa aplicable.

- Formación específica en Protección de Datos: 32 personas completaron el módulo de Protección de Datos, entre ellas 18 franquiciados, 13 responsables de tienda y 1 delegado.
- Formación a través de Academy: 591 acciones formativas superadas, incluyendo cursos sobre protección de datos (569), ejercicio de derechos de los clientes (6), gestión de brechas de seguridad (4), ficha RGPD (9) y Reglamento General de Protección de Datos para principiantes (3).

2.4.5. Derechos Humanos y Normativas Internacionales

El respeto a los derechos humanos es un principio básico de la actividad empresarial de ALAIN AFFLELOU. Nos comprometemos a defender la Declaración Universal de los Derechos Humanos y a asegurar que nuestras prácticas reflejen un profundo respeto por la dignidad humana.

Las políticas y acciones de ALAIN AFFLELOU en materia de derechos humanos están alineadas con los marcos internacionales de referencia como la Declaración Universal de Derechos Humanos de Naciones Unidas, la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea o las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, que ofrecen recomendaciones sobre la conducta empresarial responsable. Por último, nos adherimos a los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, que promueven entre otros, los derechos humanos y las normas laborales.

Durante el ejercicio 2025/26, este compromiso se ha visto reforzado con el nuevo Código de Conducta de Grupo, que incorpora el compromiso de identificar y prevenir los posibles impactos negativos, directos o indirectos, derivados de nuestra actividad, y prohíbe expresamente cualquier forma de acoso, abuso de autoridad o trato irrespetuoso o injusto hacia cualquier persona con la que el Grupo mantenga una relación profesional.

Nuestro Convenio Colectivo propio refuerza nuestros principios de responsabilidad corporativa. Este convenio recoge la igualdad y no discriminación en el trabajo como elementos esenciales, independientemente de sexo, edad, raza, etnia, religión, discapacidad, orientación sexual o ideas políticas. Además, incluye un protocolo de actuación específico para casos en los que se vulneren estos fundamentos, asegurando una respuesta eficaz ante cualquier incidente. Por otro lado, hemos firmado un protocolo de acoso sexual y por razón de sexo, aplicable a todos los trabajadores de ALAIN AFFLELOU en España.

Estado de Información No financiera

El compromiso con los Derechos Humanos se extiende a toda nuestra cadena de valor mediante la aplicación de nuestro Código de Conducta de Proveedores y la Carta Ética de Grupo, incorporada como anexo a todos los nuevos contratos suscritos. Además, evaluamos la afección de proveedores sobre los Derechos Humanos a través de la plataforma de Encodify de gestión de proveedores.

Comunicaciones en el Canal Interno y sanciones notificadas

Durante el ejercicio, no se han recibido sanciones o notificaciones relacionadas con derechos humanos o laborales. Se ha registrado 4 comunicaciones en el Canal Interno de Información (7 en el ejercicio anterior), no refiriendo ninguna de estas a casos confirmados de vulneración de los derechos humanos.

Por su parte, la red de tiendas de ALAIN AFFLELOU España ha recibido sanciones administrativas por un importe total de 416,88 €. Estas sanciones se han originado por incidencias relacionadas con tráfico e incidencias administrativas. No se han registrado sanciones en materia ambiental.

2.5 Indicadores clave

Tabla 6. Indicadores Clave de Gobernanza

	COMPROMISOS	INDICADORES DE RESULTADOS		OBJETIVOS A 31/7/2026	RESULTADOS A 31/7/2025	Cierre de la estrategia (31/7/2026)
GOBERNANZA Y ÉTICA	INTEGRAR LA SOSTENIBILIDAD EN EL GOBIERNO CORPORATIVO	% Miembros CODIR sensibilizados en sostenibilidad	%	100%	100%	100%
	INTEGRAR LA ÉTICA EN NUESTRAS PRÁCTICAS Y RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	% Empleados adheridos al Código de conducta	%	100%	100%	100%
		% Empleados sensibilizados con las cuestiones éticas	%	100%	100%	100%
		% Empleados sensibilizados con la protección de datos personales ⁷	%	100%	46,05%	53%

⁷ Este indicador representa el porcentaje de empleados sensibilizados durante el ejercicio de reporte.

3. Empleados

En ALAIN AFFLELOU situamos a las personas en el centro de nuestra estrategia. Trabajamos para ofrecer un entorno de trabajo seguro, inclusivo y saludable que favorezca el bienestar, el desarrollo profesional y el crecimiento personal de nuestros colaboradores, promoviendo la igualdad de oportunidades y unas condiciones laborales justas.

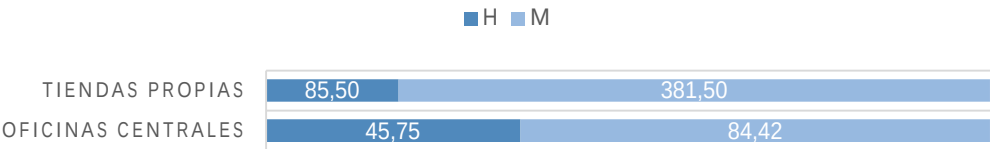
Durante el ejercicio 2025-2026, en ALAIN AFFLELOU hemos revisado la metodología de cálculo de los indicadores de plantilla, sustituyendo el criterio basado en FTE (*Full-Time Equivalent*) por el *headcount*, con el objetivo de alinear la metodología con el criterio empleado por el Grupo AFFLELOU. Como consecuencia de este cambio metodológico, se han recalculado los datos correspondientes al ejercicio 2024-2025 para garantizar su comparabilidad con los datos del presente ejercicio.

En este ejercicio, contamos con una media de 597 profesionales, un 2 % más que durante el 2024-2025 que fue de 587 colaboradores. Esta plantilla está compuesta por 130 personas de media que desempeñan sus labores en nuestras oficinas centrales y 467 en las tiendas propias.

Tabla 7. Número total promedio de profesionales en ALAIN AFFLELOU

	2025/2026	2024/2025 ⁸
Oficinas centrales	130	124
Tiendas propias	467	463
Total	597	587

Gráfico 1 Media de empleados de ALAIN AFFLELOU en 2025-2026 por sexo y ubicación

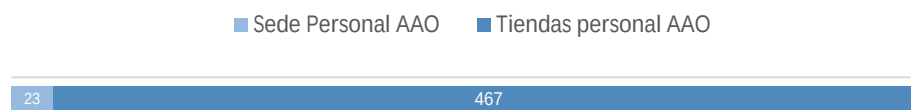


⁸ Para todos los indicadores referentes a empleados se excluyen aquellos contratos de beca en el ejercicio 25-26.

Estado de Información No financiera

En cuanto al equipo de empleados adscritos a la sociedad AAO, a la que se refiere este informe, contamos con una media de 490 personas que en su mayoría pertenecen a los equipos de tiendas propias. El total de empleados a cierre del ejercicio se elevaba hasta 501 colaboradores.

Gráfico 2 Media de empleados de AAO por ubicación



El equipo humano de ALAIN AFFLELOU está integrado por profesionales con perfiles diversos, cuyas funciones y responsabilidades se estructuran conforme al sistema de clasificación profesional establecido en el Convenio Colectivo de la compañía. Esta clasificación tiene en cuenta factores como los conocimientos requeridos para cada puesto, el nivel de autonomía e iniciativa, la responsabilidad asumida y la complejidad de las funciones desempeñadas.

Tabla 8. Grupos profesionales y puestos de clasificación de los empleados de ALAIN AFFLELOU

GRUPO PROFESIONAL ⁹	PUESTOS INCLUIDOS EN CADA GRUPO	FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES ESPECÍFICAS ¹⁰
Grupo I	<u>Director de Área</u>	Lo conforma el personal que asume las máximas responsabilidades organizativas y directivas.
Grupo II	<u>Manager y Responsables de tiendas propias y de oficinas centrales</u>	El personal incluido goza de autonomía, es supervisado por su responsable directo que se asegura de que se cumplan los objetivos y directrices que ha fijado.
Grupo III	<u>Oficinas centrales:</u> Personal técnico <u>Tiendas:</u> Ópticos, Audiólogos y responsables adjuntos	Es aquel personal que realiza actividades complejas con alto grado de autonomía con objetivos definidos y concretos, pudiendo seguir directrices muy amplias; No tienen personas a su cargo.
Grupo IV	<u>Oficinas centrales:</u> Coordinador <u>Tiendas:</u> Montadores o Vendedores con experiencia	Lo comprende el personal que no tiene experiencia laboral en el momento de contratación. Las personas en este grupo reciben instrucciones precisas sobre el trabajo a desarrollar y es controlado por un superior; No tienen personas a su cargo.
Grupo V	<u>Oficinas centrales:</u> Auxiliar administrativo <u>Tiendas:</u> Vendedor o Auxiliar de Tienda	Se conforma con el personal que en el momento de su contratación acredita un nivel de autonomía en el desempeño de sus funciones superior al elemental, con una rebaja del nivel de supervisión por parte de su superior o responsable; No tiene personas a su cargo.

⁹ Los estudiantes en prácticas y las personas con beca no se incluyen en ningún grupo de la plantilla, ya que no tienen un contrato laboral con la compañía sino un convenio de colaboración.

¹⁰ Establecidas en el Convenio Colectivo.

3.1. Estrategia

Nuestra estrategia de Personas está marcada por las acciones de atracción de talento, que buscan posicionarnos como marca empleadora atractiva para el talento, la escucha activa y el diálogo social a través de nuestro Convenio Colectivo o la implementación de nuestra Estrategia de Sostenibilidad. Desde ALAIN AFFLELOU hacemos estos principios extensivos a los empleados de nuestra red de franquiciados, estos colaboradores también son clave para llevar la mejor experiencia en todos nuestros centros.

El pilar Personas de nuestra Estrategia de Sostenibilidad establece los siguientes compromisos para el desarrollo de nuestros colaboradores:

- o Atraer y fidelizar el talento.
- o Impulsar el desarrollo de todos los empleados de la empresa.
- o Luchar contra la discriminación y fomentar la diversidad y la inclusión.
- o Favorecer un ambiente de trabajo de calidad y el bienestar de los empleados.

Además, la compañía identifica cuatro grandes prioridades estratégicas en materia de Personas para los próximos años:

- Talento y propuesta de valor, reforzando la atracción y fidelización de perfiles especializados, reduciendo la rotación, impulsando la conciliación, desarrollando una propuesta retributiva integral y culminando la negociación del nuevo convenio colectivo.
- Cultura y liderazgo, fortaleciendo el papel de los *managers* como impulsores de la cultura corporativa y extendiendo modelos de liderazgo homogéneos en toda la organización.
- Transformación digital, desarrollando competencias digitales, incorporando metodologías ágiles, fomentando la capacidad de aprendizaje continuo e integrando progresivamente nuevas tecnologías e inteligencia artificial en los procesos.
- Sostenibilidad, integrando los principios ESG de forma transversal en todas las áreas del negocio y evolucionando desde un enfoque centrado en el cumplimiento normativo hacia un modelo orientado a la creación de valor para todos los grupos de interés.

3.2. Gestión de riesgos y oportunidades

El análisis de Doble Materialidad permite identificar los principales riesgos asociados a la gestión de personas:

- La atracción y retención de talento especializado constituye uno de los principales retos para la compañía. En un sector altamente especializado como el de la óptica y la audiolología, la disponibilidad de determinados perfiles resulta clave para garantizar la continuidad del negocio, la calidad del servicio y la transmisión del conocimiento. Para minimizar este

riesgo, realizamos un seguimiento continuo de indicadores como la rotación, el desarrollo profesional y la movilidad interna, apoyándonos en herramientas y procesos como la evaluación del desempeño, los Planes de Desarrollo Individualizados (PDI), programas de seguimiento a las nuevas incorporaciones y los distintos canales de comunicación y escucha activa en la organización.

- La gestión de personas atraviesa un momento de profunda transformación impulsado por cambios demográficos, tecnológicos y sociales que están redefiniendo las expectativas de los profesionales. Las demandas de los profesionales, especialmente de las nuevas generaciones, evolucionan hacia modelos de trabajo que priorizan el desarrollo profesional, la formación continua, la flexibilidad, la conciliación, el liderazgo cercano, el reconocimiento y el propósito.
- Los riesgos relacionados con la creación de un espacio de trabajo saludable, seguro y con el bienestar de nuestros colaboradores son clave para alcanzar nuestros objetivos en materia de personas.
- La transformación digital constituye igualmente uno de los grandes retos del área de Personas. La incorporación de nuevas herramientas, metodologías de trabajo e inteligencia artificial requiere acompañar a los equipos en el desarrollo de nuevas competencias, impulsar una cultura de aprendizaje continuo y favorecer una gestión del cambio que sitúe a las personas en el centro de la transformación.
- La diversidad e inclusión de los empleados es otro de los principales retos identificados. En este sentido, gana relevancia la convivencia de distintas generaciones dentro de la organización, plantea el reto de adaptar los modelos de comunicación, liderazgo y gestión de personas a necesidades y expectativas cada vez más diversas. En este contexto, resulta fundamental reforzar la escucha activa, evolucionar los estilos de liderazgo y consolidar una cultura corporativa compartida en toda la organización.

Estos impactos, riesgos y oportunidades tienen reflejo en el pilar personas de la estrategia de sostenibilidad.

3.3. Políticas

A continuación, se establece un listado de todas aquellas políticas aplicables desde ALAIN AFFLELOU España en el campo de los trabajadores propios:

Impulsar el desarrollo de todos los empleados de la empresa

- Política de solicitud de acciones formativas.
- Política de movilidad interna.
- Política de formación de idiomas.

Estado de Información No financiera

- Política de vacaciones en sede y en sucursales.

Luchar contra la discriminación y fomentar la diversidad y la inclusión

- Política de Igualdad.
- Política de igualdad, diversidad e inclusión.
- Protocolo de acoso.

Favorecer un ambiente de trabajo de calidad y el bienestar de los empleados

- Política de desconexión digital.
- Política de registro de jornada.
- Política de teletrabajo.
- Política de viajes.

Durante el ejercicio fiscal 2025-2026 se ha iniciado la actualización del Convenio Colectivo de ALAIN AFFLELOU, que entrará en vigor a partir de 2027. La negociación del II Convenio Colectivo busca la creación de un marco de actuación estable para todos los empleados de la compañía. Además, nuestros franquiciados se adhieren voluntariamente a este convenio, extendiendo su aplicación a los empleados de nuestras franquicias. La negociación de Convenio busca reforzar la seguridad jurídica para nuestros franquiciados, adaptar el texto a las nuevas normativas e impulsar la viabilidad de nuestras tiendas propias y franquiciadas.

Además, se ha elaborado la Política General de *Backups* de Puestos, cuyo objetivo es establecer un marco común para identificar los puestos estratégicos de la organización, designar personas de respaldo y definir los procedimientos necesarios para garantizar la continuidad operativa ante ausencias temporales, incidencias o situaciones de contingencia. A fecha de elaboración del presente informe, la Política se encuentra pendiente del proceso de firma y aprobación interna, por lo que su contenido podría estar sujeto a modificaciones antes de su entrada en vigor.

3.4. Acciones

3.4.1. Atraer y fidelizar el talento

En ALAIN AFFLELOU continuamos manteniendo un crecimiento estable del empleo, contribuyendo a la generación de oportunidades profesionales tanto para nuestra plantilla como para los trabajadores de nuestra red de franquicias. En este contexto, la fidelización del talento se ha consolidado como uno de los ejes de nuestra estrategia de Personas. Nuestro objetivo va más allá de la retención, buscando construir relaciones duraderas basadas en el desarrollo profesional,

Estado de Información No financiera

el compromiso, la identificación con nuestros valores y el sentimiento de pertenencia a la compañía.

El porcentaje de contratación indefinida y la antigüedad de nuestra plantilla (7 años de media) muestran la capacidad del Grupo de fidelizar a sus colaboradores. En el último ejercicio, el 96 % de empleados de ALAIN AFFLELOU cuentan con contratos indefinidos. Las contrataciones temporales solo se realizan en casos específicos, como bajas temporales o para cubrir ventas estacionales.

Gráfico 3 Distribución de contratos de AAO en el ejercicio 2025-2026 por duración del contrato

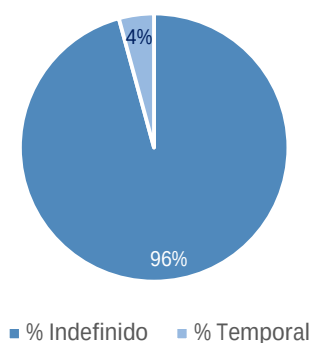


Tabla 9. Promedio anual de contratos por duración (indefinido y temporal) y jornada en AAO por sexo

	2025/2026			2024/2025		
Duración del contrato	Indef	Temp	Total	Indef	Temp	Total
Hombres	89	4	93	89	7	96
Mujeres	380	17	397	378	11	389
Totales	469	21	490	467	18	485

	2025/2026			2024/2025		
Tipo de jornada	Completa	Parcial	Total	Completa	Parcial	Total
Hombres	68	25	93	69	27	96
Mujeres	274	123	397	277	112	389
Totales	342	147	489	346	140	485

Nuestra estrategia de atracción del talento

En ALAIN AFFLELOU queremos que trabajar en la compañía sea una elección inspiradora, una experiencia profesional que conecte con los valores, el propósito y las aspiraciones de cada persona.

Por ello, durante el ejercicio 2025-2026 hemos impulsado la evolución de nuestra estrategia de Personas mediante un conjunto de iniciativas que buscan atraer, desarrollar y fidelizar talento especializado. Todo ello ha permitido seguir reforzando nuestro posicionamiento como empleador de referencia y mejorar la atracción y fidelización del talento.

AffleLovers: una estrategia de *Employer Branding* para atraer al mejor talento

La nueva estrategia de *Employer Branding* parte de un proceso de análisis que nos permitió identificar los principales atributos diferenciales de ALAIN AFFLELOU como empleador y definir una propuesta de valor alineada con nuestra cultura, propósito y valores corporativos. Esta propuesta pone en valor aspectos como la formación continua, el acceso a tecnología innovadora, las oportunidades de crecimiento profesional, la movilidad interna, el liderazgo cercano y el impacto positivo que la actividad de los profesionales tiene en la salud visual y auditiva de las personas.

Como resultado de este proceso, desarrollamos una nueva narrativa de marca empleadora bajo el concepto “Tu futuro se ve claro en Afflelou”, diseñada para transmitir una imagen coherente, cercana e inspiradora de la compañía. Esta narrativa pone el foco en las personas y en las oportunidades reales de desarrollo profesional que ofrecemos, visibilizando trayectorias internas, experiencias de crecimiento y casos de éxito de empleados que han evolucionado profesionalmente dentro de la organización.

La implantación de esta estrategia ha supuesto la creación de una identidad visual y un modelo de comunicación específicos para la marca empleadora, así como el desarrollo de nuevos contenidos y acciones orientados a aumentar la visibilidad de la compañía en canales digitales, redes sociales, centros formativos y entornos profesionales. Entre estas acciones destacan la difusión de testimonios de empleados, la participación en ferias de empleo de las universidades, la generación de contenido especializado y el impulso de iniciativas que fomentan el papel de los empleados como embajadores de la organización.

Evolución del modelo de captación de talento

De forma complementaria, durante el ejercicio también hemos continuado evolucionando nuestro modelo de captación de talento con el objetivo de mejorar la identificación, atracción e incorporación de profesionales especializados. Para ello, hemos impulsado iniciativas como:

Estado de Información No financiera

- Potenciación de la búsqueda directa de candidatos.
- Incremento del uso de redes profesionales y canales especializados.
- Evolución del equipo de selección hacia un modelo más proactivo.
- Simplificación del acceso a vacantes.
- Optimización de nuestro portal de carreras profesionales, facilitando los procesos de inscripción, selección e incorporación.

Asimismo, durante este ejercicio, hemos puesto en marcha un nuevo Programa de Referidos con el que buscamos involucrar activamente a los empleados en la atracción de talento, fortaleciendo el sentimiento de pertenencia y ampliando las vías de captación de candidato.

Integración y experiencia de las nuevas incorporaciones

La mejora de la experiencia del empleado comienza desde su incorporación. Durante el ejercicio hemos reforzado los procesos de seguimiento de las nuevas incorporaciones mediante reuniones periódicas durante sus primeros meses en la compañía, favoreciendo una integración más cercana, resolviendo posibles necesidades de adaptación y recogiendo información que nos permite seguir mejorando la experiencia de incorporación. También ofrecemos numerosas formaciones transversales en nuestra Escuela *Onboarding*, que se encuentra abierta también a nuestros franquiciados, cuenta además con distintos cursos específicos para las necesidades de cada puesto.

Por otro lado, contamos con distintas iniciativas para fomentar el desarrollo y compromiso desde que nuestros colaboradores se incorporan a ALAIN AFFLELOU como el Programa *Buddy*. Este consiste en un programa de acompañamiento a nuevos colaboradores por parte de compañeros. Empleados con una experiencia mínima de medio año con nosotros facilitan la adaptación de las nuevas incorporaciones.

Formación en gestión de personas para la red de franquicias

Con el objetivo de extender la cultura de desarrollo y fidelización de nuestros colaboradores de toda la red, hemos puesto en marcha un ciclo de seminarios web dirigidos a nuestros franquiciados. A través de estas sesiones se abordaron temáticas como la atracción de talento, el proceso de acogida e integración de nuevas incorporaciones (*onboarding*) y la fidelización de equipos, proporcionando herramientas prácticas y espacios de reflexión sobre los factores que más influyen en el compromiso y la permanencia de los profesionales dentro de la organización.

Impulsando el talento joven

El desarrollo del talento joven constituye un elemento estratégico para garantizar la disponibilidad futura de profesionales especializados y contribuir a la sostenibilidad del sector. Por ello, en ALAIN AFFLELOU impulsamos iniciativas dirigidas a fomentar la empleabilidad, fortalecer la conexión

Estado de Información No financiera

entre el ámbito académico y el profesional y crear oportunidades de desarrollo para los futuros ópticos-optometristas y audioprotesistas.

Durante el ejercicio, este compromiso se ha materializado en las siguientes iniciativas:

Programa Talento Joven

El Programa Talento Joven AFFLELOU es una iniciativa dirigida a estudiantes de Óptica y Optometría que combina formación, acompañamiento y oportunidades reales de desarrollo profesional dentro de la compañía.

El programa permite la compatibilidad entre los estudios y la actividad profesional, facilitando a los participantes adquirir experiencia práctica en nuestros centros sin renunciar a su formación académica. De este modo, los estudiantes se incorporan progresivamente al entorno laboral, conocen el funcionamiento de los centros ópticos, desarrollan competencias técnicas y adquieren experiencia en la atención al paciente desde las primeras etapas de su carrera.

Además de la experiencia práctica, el programa incorpora un itinerario de acompañamiento, formación y seguimiento que favorece el aprendizaje continuo y permite a los participantes conocer las oportunidades de crecimiento profesional que ofrece la compañía.

AFFLELOU *Talent Day*

Durante el ejercicio hemos celebrado la III Edición del AFFLELOU *Talent Day*, uno de los principales espacios de encuentro entre la compañía y las futuras generaciones de profesionales del sector.

Desde su creación el AFFLELOU *Talent Day* tiene como objetivo acercar la realidad del sector óptico y audiológico a estudiantes de óptica, optometría y audiología, facilitando el contacto directo con profesionales en activo y dando a conocer las distintas oportunidades de desarrollo profesional que ofrece la compañía.

La tercera edición reunió a más de 60 estudiantes procedentes de universidades y centros formativos especializados de toda España, superando los 100 asistentes al sumar profesionales y colaboradores de ALAIN AFFLELOU. A lo largo de la jornada, los participantes asistieron a ponencias, mesas redondas y talleres prácticos sobre innovación tecnológica, transformación del sector, sostenibilidad, liderazgo y emprendimiento, además de compartir experiencias con profesionales de distintas áreas de la organización.

Presencia en universidades, ferias de empleo y centros formativos

Estado de Información No financiera

Profesionales de las áreas de Talento, Formación y Negocio de ALAIN AFFLELOU han participado en jornadas de empleabilidad, foros de empleo, encuentros universidad-empresa y actividades divulgativas. Estas han sido organizadas por distintas instituciones académicas, entre ellas la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad de Murcia, la Universidad de Alicante, la Universidad de Zaragoza, la Universidad de Granada, la Facultad de Óptica y Optometría de Terrassa y diversos centros de formación profesional especializados.

Asimismo, hemos participado en OPTOINNOVA, uno de los principales encuentros universitarios del ámbito de la óptica y la optometría, reforzando nuestra cercanía con estudiantes y futuros profesionales del sector.

Estas medidas nos han permitido incrementar significativamente la capacidad de atracción de profesionales, mejorar la identificación de perfiles especializados, impulsar el talento joven y fidelizar a nuestro talento.

Condiciones laborales para fidelizar a nuestra plantilla

La fidelización del talento constituye uno de los pilares de nuestra estrategia de Personas. Con este objetivo, complementamos una política retributiva competitiva con un conjunto de beneficios e iniciativas orientadas a reforzar el compromiso, el bienestar y el desarrollo profesional de nuestros colaboradores. Este esfuerzo se amplía a los profesionales de nuestra red de franquiciados, quienes juegan un papel esencial en nuestro negocio.

Retribución dinámica

Durante el ejercicio 2025-2026, en AFFLELOU mantenemos nuestro modelo de compensación y beneficios, basado en el reconocimiento del talento, la profesionalidad y las necesidades individuales de sus colaboradores. Nuestra política retributiva combina una retribución fija, establecida conforme al Convenio Colectivo, e incorporando mejoras sobre los mínimos establecidos para reforzar nuestra capacidad de atracción y fidelización del talento, con una retribución variable compuesta por bonos e incentivos vinculados al cumplimiento de objetivos.

Para el personal de tiendas, se mantiene un sistema de incentivos mensuales, con recuperación semestral y un premio anual. En el caso de los equipos de oficinas centrales, los objetivos continúan estructurándose en tres niveles: corporativos, departamentales e individuales, siendo estos últimos definidos conjuntamente entre cada colaborador y su responsable directo.

De igual manera, mantenemos un plan de retribución flexible que ofrece a los empleados la posibilidad de destinar parte de su salario bruto a la contratación de productos y servicios en condiciones ventajosas, como cheques guardería, seguro médico para familiares, formación, *ticket* restaurante, transporte, planes de pensiones o retribución en especie, entre otras. A través de este

Estado de Información No financiera

modelo, podemos adaptar la compensación a la realidad de cada puesto y alinearla con los objetivos de la organización.

Tabla 10. Remuneraciones medias anuales de los empleados de AAO por sexo, edad y categoría profesional.

Rango de edad	2025/2026	2024/2025
< 30 años	24.794 €	23.460
30 – 45 años	24.527 €	25.040
> 45 años	27.020 €	25.038
Categoría profesional	2025/2026	2024/2025
Grupo II	31.845	32.177
Grupo III	27.808	26.577
Grupo IV	19.324	19.505
Grupo V	19.378	17.903
Sexo	2025/2026	2024/2025
Hombres	26.429 €	27.483
Mujeres	25.021 €	23.957

La brecha ajustada según los diferentes grupos profesionales es del -1.5% (7,4% en el ejercicio anterior). Este indicador pondera el peso relativo de cada grupo profesional sobre el total de empleados con el objetivo de analizar las diferencias salariales en puestos de igual valor. La brecha bruta, que no considera las diferentes categorías profesionales, se sitúa en el 5,3 %. En el ejercicio anterior fue del 12,8%.

Otros beneficios

Todos los empleados tienen acceso a una amplia gama de beneficios, que seguimos ampliando con el objetivo de cuidar el bienestar físico, emocional y social de nuestros equipos.

A. Beneficios de salud:

- WellHub: los empleados de ALAIN AFFLELOU pueden acceder a planes de WellHub con condiciones especiales, incluyendo descuentos exclusivos en distintas modalidades. Acceso flexible a una red de gimnasios, estudios, clases dirigidas y aplicaciones de bienestar, adaptadas a las necesidades de cada empleado.
- Seguro médico privado (Sanitas): disponible para empleados con una antigüedad superior a seis meses, garantizando acceso a atención sanitaria de calidad.
- Seguro de vida y accidentes: costado por la empresa, proporciona seguridad y protección adicional frente a imprevistos.

Estado de Información No financiera

- Cityfisio: aplicación que permite solicitar servicios de fisioterapia con descuentos exclusivos para empleados.

B. Beneficios financieros:

- Plataforma Taxdown: apoyo a los empleados para realizar su declaración de la renta, facilitando el proceso fiscal.
- Plan de retribución flexible: permite a los empleados ajustar ciertos componentes de su compensación de acuerdo con sus preferencias y necesidades.
- AFFLELOU FLEX: herramienta de compensación 360 que permite a cada empleado visualizar sus beneficios, incluyendo su retribución fija y variable.
- Aplicación HASTEE: permite consultar y acceder hasta a un 60 % de su salario neto ya devengado en cualquier momento del mes, ofreciendo liquidez inmediata sin recurrir a créditos. Además, incluye herramientas de educación financiera, ahorro automático y descuentos exclusivos. No es un servicio abierto al público, sino una iniciativa para mejorar el bienestar financiero de los empleados.
- Descuentos en óptica y audiolología: los empleados reciben una gafa anual gratuita de marca propia, además de descuentos en productos ópticos y audiológicos para ellos, sus familiares y amigos.

C. Beneficios de formación:

- Afflelou Academy: amplia gama de formaciones para los colaboradores.
- Buddy Mentoring: programa de acompañamiento para las nuevas incorporaciones, facilitando su adaptación al entorno laboral.
- Becas ALAIN AFFLELOU: cada año se otorgan becas para estudiar óptica y audiolología, dirigidas a empleados, franquiciados y colaboradores de las franquicias.

D. Beneficios de movilidad al trabajo:

- AFFLELOUCARS: los vehículos de la compañía que cumplen 4 años o exceden los 120.000 kilómetros, se ofrecen a los empleados a un precio reducido, incluyendo los gastos de transferencia a cargo de la empresa.
- Plazas de *parking*: los empleados de oficina pueden liberar su plaza de *parking* dos días a la semana, permitiendo su uso por otros compañeros mediante una aplicación interna.
- *Renting* de vehículos: los empleados tienen acceso a cuotas especialmente negociadas para el alquiler de vehículos, facilitando su movilidad diaria.

La Voz del Empleado

Favorecer una experiencia positiva de nuestros colaboradores requiere escuchar de forma continua sus necesidades, expectativas y percepciones. Durante este ejercicio hemos consolidado la

evolución desde un enfoque tradicional, basado en encuestas de clima laboral cada dos años, hacia un modelo de Voz del Empleado. Este modelo se centra en la escucha activa y continua, la medición periódica de la experiencia de las personas, la compartición de resultados y la definición de planes de acción que permitan dar respuesta a las necesidades identificadas. Todo ello con el objetivo de reforzar el compromiso de nuestros equipos y su conexión con los valores y la cultura de ALAIN AFFLELOU.

Este modelo combina encuestas pulso periódicas con una encuesta global de clima laboral, permitiendo conocer la percepción de nuestros colaboradores sobre los distintos ámbitos de su experiencia en la organización, medir indicadores como la satisfacción y el eNPS (employer Net Promote Score), compartir los resultados obtenidos y promover acciones de mejora continua.

Tras realizar un primer pulso en la sede corporativa durante el ejercicio anterior, en 2025-2026 se han llevado a cabo dos nuevas encuestas pulso dirigidas a la red de sucursales. Para analizar los resultados y transformarlos en acciones concretas, se ha constituido un grupo de trabajo multidisciplinar, integrado por profesionales de Talento, Delegados, Responsables de Tienda y Responsabilidad Social Corporativa, encargado de identificar oportunidades de mejora y proponer iniciativas orientadas a fortalecer la experiencia de los colaboradores. Este proceso culminará en el próximo ejercicio con el lanzamiento de una encuesta global dirigida al conjunto de la plantilla.

3.4.2. Impulsar el desarrollo de todos los empleados

En ALAIN AFFLELOU promovemos el aprendizaje continuo como una herramienta clave para el desarrollo profesional y la evolución de nuestros equipos. Trabajamos para que todas las personas puedan fortalecer sus competencias a lo largo de su trayectoria en la compañía, impulsando tanto el desarrollo de habilidades técnicas y de liderazgo como la adquisición de capacidades relacionadas con las nuevas tecnologías y la transformación digital.

Con este objetivo, hemos continuado potenciando una de nuestras principales fortalezas: la formación y el desarrollo continuo de nuestros equipos, reforzando nuestro posicionamiento como una compañía referente para desarrollo de profesionales del sector.

Movilidad Interna

Favorecer el crecimiento interno se mantiene como una de las prioridades de nuestra estrategia de Personas. Por ello, continuamos impulsando el Portal Interno de Vacantes, una herramienta que da visibilidad a las oportunidades profesionales existentes dentro de la organización y fomenta la movilidad interna.

Estado de Información No financiera

A través de esta iniciativa, priorizamos el talento interno para cubrir nuevas posiciones, facilitando que nuestros colaboradores puedan asumir nuevos retos, ampliar sus responsabilidades y continuar desarrollando su trayectoria profesional dentro de ALAIN AFFLELOU.

Asimismo, la Política de Movilidad Interna fija requisitos y procesos para optar a dos tipos de movilidad:

- **Movilidad funcional:** nuestros empleados tienen la opción de promocionar internamente accediendo a un puesto vacante que se adapte a sus expectativas de desarrollo, con diferentes funciones o responsabilidades.
- **Movilidad geográfica:** ofrecemos la posibilidad de trasladarse de una región a otra, sin alterar las funciones y responsabilidades del puesto de trabajo actual.

Evaluación del desempeño y Plan de Desarrollo Individual (PDI)

La evaluación de desempeño constituye una herramienta clave para acompañar el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, identificar sus fortalezas y áreas de mejora y diseñar itinerarios de crecimiento alineados con sus capacidades, aspiraciones y las necesidades de la organización.

Durante este ejercicio, hemos dado un paso más en la evolución de este proceso mediante la implantación de un nuevo modelo de evaluación integrado en Cornerstone, nuestra plataforma global de gestión de personas. Esta evolución ha permitido unificar en una única herramienta los procesos de evaluación de competencias y de objetivos, anteriormente desarrollados a través de People Review y People Goals.

El nuevo modelo incorpora metodologías adaptadas a la realidad de los distintos colectivos de la organización. En los equipos de sede, la evaluación se realiza a partir de diez competencias clave alineadas con nuestro modelo de liderazgo y cultura corporativa. En el caso de las sucursales, se ha implantado un modelo equivalente adaptado al entorno comercial y de atención al cliente.

Como resultado de este proceso, todos los colaboradores cuentan con un Plan de Desarrollo Individual (PDI) que identifica fortalezas, oportunidades de mejora y acciones concretas para favorecer su crecimiento profesional. Además, se desarrollan planes específicos para profesionales con alto potencial o que asumen nuevas responsabilidades mediante promociones o cambios de posición. Estos planes incorporan acciones de formación, *mentoring*, acompañamiento y seguimiento individualizado, con el objetivo de facilitar su adaptación y preparar a los profesionales para afrontar futuros retos dentro de la compañía.

Transformación del perfil competencial y liderazgo operativo

El desarrollo del liderazgo es clave para desplegar los compromisos de ALAIN AFFLELOU con las personas. Tras definir el modelo competencial del líder AFFLELOU y poner en marcha el programa Magic Leader, durante este ejercicio, hemos consolidado esta iniciativa como una de las principales herramientas para el desarrollo profesional de nuestros equipos.

En 2025-2026 ha finalizado la primera edición del programa, culminando así un itinerario formativo de dos años dirigido a los Responsables de nuestras sucursales. A lo largo de este recorrido, los participantes han fortalecido competencias clave en liderazgo personal, gestión de equipos, orientación al cliente y visión de negocio. Además, se ha puesto en marcha una segunda convocatoria, en la que participan 20 nuevos responsables de tienda.

A través de Magic Leader, reforzamos nuestro compromiso con el crecimiento profesional de nuestros colaboradores, favoreciendo la promoción interna, el desarrollo de futuras posiciones de liderazgo y la preparación de nuestros equipos para responder a los desafíos presentes y futuros del negocio.

Desarrollo de habilidades y de gestión de la trayectoria profesional

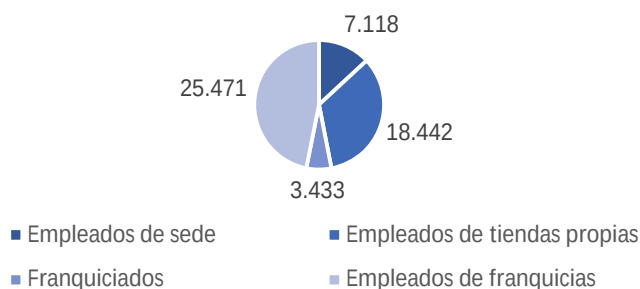
Nuestra apuesta por la formación constituye uno de los atributos más reconocidos de la compañía, tanto interna como externamente. Por ello, continuamos impulsando iniciativas destinadas a favorecer el desarrollo profesional, fortalecer el liderazgo y ofrecer oportunidades de crecimiento a nuestros colaboradores a lo largo de toda su trayectoria, que a su vez se traduce en una mejora continua en la calidad de los servicios que ofrecemos.

Nuestro plan de formación va dirigido tanto a las nuevas incorporaciones de empleados y franquiciados como a nuestros colaboradores actuales. Disponemos de dos soportes fundamentales para la detección de necesidades formativas: los Planes de Desarrollo Individualizados y la Política de Solicitud de Formación, que recoge el procedimiento a seguir para la petición de formaciones por parte del personal.

Durante este ejercicio desde ALAIN AFFLELOU hemos impartido 54.464 (frente a 44.046 en 2024-2025) horas de formación a 1.906 colaboradores (1.797 en 2024-2025) a través de 28.653 cursos que estuvieron activos durante este periodo. Más de la mitad estuvieron dirigidas a nuestros franquiciados y sus trabajadores, evidencia de nuestra vocación de servicio y apoyo al franquiciado.

Estado de Información No financiera

Gráfico 4 Horas de formación impartidas por ALAIN AFFLELOU en 2025-2026 por colectivo destinatario



En el caso de los empleados de AAO, estos han recibido un total de 20.153 horas de formación (21.808 en 2024-2025), que se desglosan a continuación:

Tabla 11. Número de horas de formación a empleados de AAO

Horas de formación		
Grupo profesional ¹¹	2025/2026	2024/2025
Grupo II	4.091	4.924
Grupo III	9.231	9.676
Grupo IV	679	933
Grupo V	6.152	6.259
Total, horas formación AAO	20.153	21.793

Tabla 12. Número de colaboradores de AAO formados por grupo profesional.

Número de colaboradores		
Grupo profesional	2025/2026	2024/2025
Grupo I	1	1
Grupo II	87	92
Grupo III	236	237
Grupo IV	30	33
Grupo V	226	188
Número de colaboradores	580	551

¹¹ Por privacidad no se reportan las formaciones realizadas por el personal del Grupo 1.

Afflelou Academy

Afflelou Academy es una plataforma educativa virtual creada en 2020 con el objetivo de facilitar recursos formativos a nuestros colaboradores. Esta herramienta facilita el acceso a todo el conocimiento técnico acumulado por la empresa y promueve el intercambio de ideas y buenas prácticas entre profesionales.

Además, Afflelou Academy constituye un espacio para la transmisión del conocimiento, los valores y la cultura corporativa, favoreciendo un ecosistema de aprendizaje colaborativo en el que el conocimiento se comparte entre colaboradores, equipos y generaciones, contribuyendo a impulsar la innovación y la excelencia profesional.

A través de la plataforma, los empleados pueden acceder a cursos, sesiones prácticas y *masterclass*, donde se comparten casos clínicos. Esto permite ofrecer formación tanto en competencias transversales necesarias para un desempeño eficiente, como en áreas más específicas o técnicas.

El contenido de la Afflelou Academy está estructurado en diversas escuelas temáticas, donde se agrupan los cursos según cada ámbito.

Escuela de <i>Onboarding</i>	Para facilitar la integración de las nuevas incorporaciones, hemos reforzado nuestra Escuela de <i>Onboarding</i> mediante el lanzamiento de nuevos itinerarios formativos adaptados a los distintos perfiles profesionales, complementados con un seguimiento más cercano durante el primer mes en la compañía para favorecer una incorporación ágil y una mejor experiencia del empleado.
Escuela de Sostenibilidad	Contamos con una escuela de sostenibilidad para formar a nuestros equipos en prácticas responsables y ayudarles a reducir su impacto ambiental desde su puesto. A través de cursos especializados, abordamos temas como los ODS, la economía circular, el cambio climático y la reducción de emisiones de carbono. Durante el año 25-26 se ha conseguido un total de 97 colaboradores formados y 178 cursos impartidos.
Escuela Corporativa	Ofrecemos diversos cursos que abordan temas clave como nuestra evolución corporativa y las normativas internas de obligatorio cumplimiento. Estas formaciones incluyen contenidos sobre nuestra filosofía de marca, el Sistema de <i>Compliance</i> y el Código de Conducta. También se cubren el uso adecuado del

	Canal de Comunicaciones, la prevención del acoso laboral y el Reglamento General de Protección de Datos.
Escuela de Digitalización	Como parte esencial de facilitar la transición hacia un modelo digital y de innovación, proporcionamos herramientas formativas diseñadas para capacitar en nuevas tecnologías.
Escuela de Activación Comercial	A través de ella nuestros colaboradores pueden conocer las últimas campañas comerciales, definiendo puntos clave para el éxito en la venta y la estrategia de marketing, así como los objetivos específicos definidos.
Escuela de Diversidad y Felicidad en el Trabajo "The Wellness Hut"	Ofrecemos un espacio de formación sobre igualdad, diversidad y bienestar laboral para impulsar entornos de trabajo más saludables, inclusivos y equilibrados. Los cursos abordan temas como el lenguaje inclusivo, empoderamiento femenino, sesgos inconscientes, conciliación y desconexión digital. Durante el año 25-26 se ha conseguido un total de 194 colaboradores formados de la Escuela de Diversidad e Igualdad y 91 de The Wellness Hut a través de 342 y 116 cursos impartidos respectivamente
Escuela de Optometría y Óptica Oftálmica y Escuela de Audiología	Ofrecemos formaciones específicas para nuestros profesionales ópticos y audiólogos buscando garantizar la excelencia en el desempeño de sus funciones. Estas cubren los distintos procedimientos optométricos y de audiología protésica para actualizar y fortalecer las competencias de nuestros profesionales. También se ha implementado un programa especializado de formación avanzada para la obtención de certificaciones técnicas anuales dirigidas a ópticos y audiólogos.

Formación especializada

Como parte de nuestra estrategia de formación y atención personalizada, durante el ejercicio 2025-2026 hemos dado continuidad a nuestros programas de capacitación vinculados a los protocolos de atención individualizada: el Programa Optométrico Personalizado (POP) y el Programa Integral Auditivo (PIA), diseñados para mejorar la experiencia del cliente y seguir fortaleciendo las competencias técnicas y relacionales de nuestros profesionales.

En el caso del POP, la certificación anual ha estado dirigida a todos los optometristas de la compañía, y ha sido impartida en formato de talleres presenciales celebrados en siete ciudades. Estas sesiones combinan experiencias prácticas, pruebas específicas y el análisis de casos reales de pacientes, contribuyendo a mantener los más altos estándares de calidad asistencial y de atención personalizada.

Estado de Información No financiera

Por su parte, el PIA ha dado continuidad al itinerario de certificación iniciado el ejercicio anterior, completando el programa de desarrollo de habilidades comerciales para los audioprotesistas. Esta formación complementa la capacitación técnica y en gestión emocional de los pacientes que requieren prótesis auditivas, reforzando un modelo de atención integral basado en la confianza, la cercanía y el asesoramiento personalizado, con el objetivo de mejorar la experiencia tanto de los clientes como de sus familiares.

Durante este año se han certificado un total de 551 ópticos en el Programa Optométrico Personalizado y 196 audiólogos en el Protocolo Integral Audiológico.

Como complemento a este itinerario formativo, y con el propósito de facilitar la integración de los nuevos profesionales y asegurar una rápida adquisición de los conocimientos y competencias clave, hemos ejecutado el programa presencial de acogida dirigido a las nuevas incorporaciones de ópticos y comerciales. Este itinerario, de dos jornadas de duración y celebrado en Madrid, combina formación técnica sobre el protocolo POP y prácticas en gabinete con contenidos orientados a la experiencia de cliente, el protocolo de venta y la política comercial de la compañía, contribuyendo además a transmitir la cultura y los valores de ALAIN AFFLELOU desde el inicio de la trayectoria profesional.

Becas AFFLELOU

Las Becas AFFLELOU contribuyen tanto a la especialización de nuestros colaboradores como a la disponibilidad futura de profesionales cualificados para el negocio. Además de favorecer el acceso a formación especializada, este programa constituye una herramienta clave para la atracción, fidelización y desarrollo del talento.

Durante el ejercicio 2025-2026 hemos ampliado nuestra oferta de becas, incorporando nuevas ayudas para cursar los estudios de Óptica y Optometría, con una dotación de hasta 8.000 euros, así como becas para programas de especialización y máster, que financian hasta el 50 % del coste de la formación. Estas iniciativas complementan las becas para la obtención del título de Técnico Superior en Audiología Protésica, que la compañía viene impulsando desde ejercicios anteriores.

Formación en Sostenibilidad

Durante el ejercicio 2025-2026, hemos reforzado la formación en sostenibilidad a través de nuestra alianza con Pacto Mundial, evolucionando desde el anterior Certificado en Sostenibilidad “AFFLELOU: Hacia un Futuro Sostenible” hacia un programa formativo adaptado a los distintos departamentos de sede. De esta forma, hemos pasado de una formación generalista a cursos específicos y vinculados con las funciones y áreas de trabajo de cada departamento. Asimismo, en este marco, se ha impartido una formación específica sobre *greenwashing* y *social washing*, con el objetivo de reforzar el conocimiento y la sensibilización sobre estas prácticas.

El número de personas formadas en las distintas acciones vinculadas a la sostenibilidad¹² asciende a 325, impartándose un total de 655 cursos.

3.4.3. Lucha contra la discriminación y fomento de la diversidad y la inclusión

En ALAIN AFFLELOU seguimos construyendo una empresa que promueva la igualdad de oportunidades para todos nuestros colaboradores. Con este objetivo contamos con herramientas como nuestra Política de Igualdad, el Plan de Igualdad, el Plan LGTBI o el protocolo de acoso.

Gracias a los principios que nos guían y rigen nuestro comportamiento, avanzamos hacia una empresa diversa y multicultural, donde hombres y mujeres trabajan en igualdad de condiciones:

- 16 nacionalidades diferentes.
- 29 % Mujeres en el Comité de Dirección y 33% en el Comité extendido.
- 68 % Mujeres en la plantilla, 68 % en oficinas centrales y 82 % en tiendas propias.
- 61% Mujeres franquiciadas.

Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión

La Política de Igualdad, Diversidad e Inclusión, aprobada en el ejercicio 2023-24, promueve un entorno de trabajo inclusivo, diverso y equitativo, donde todas las personas, independientemente de su origen, sexo, orientación sexual, identidad de género, edad, habilidades, religión, raza, etnia o cualquier otra característica, sean respetadas, valoradas y puedan desarrollarse plenamente.

Principios sobre los que se basa nuestra Política:

- Igualdad de oportunidades.
- Respeto y tolerancia.
- Eliminación de barreras.
- Promoción de la diversidad.
- Formación y sensibilización.
- Selección justa y equitativa.
- Evaluación y mejora continua.

¹² Incluye la Escuela de la Diversidad e Igualdad, Escuela de Sostenibilidad (incluyendo el certificado en sostenibilidad), Wellness Hut y los colaboradores formados para el proyecto Mira por un Mar más limpio.

Plan de igualdad: creando un ambiente diverso e igualitario

ALAIN AFFLELOU cuenta con un Plan de Igualdad que defiende la igualdad entre hombres y mujeres, rechaza cualquier tipo de discriminación y fomenta un entorno laboral basado en el respeto, la dignidad y la imparcialidad.

Principios generales del Plan de Igualdad:

- Comunicación y cultura, para potenciar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en ALAIN AFFLELOU y sensibilizar a la plantilla en materia de igualdad de oportunidades.
- Acceso, cobertura de vacantes y selección, con el objetivo de reforzar la inclusión laboral de colectivos minoritarios y garantizar la igualdad de oportunidades. Nos aseguramos de que las competencias y habilidades profesionales se valoren de forma equitativa, evitando cualquier sesgo. De este modo, fomentamos un entorno de trabajo basado en la igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres.
- Formación, promoción y desarrollo, con el fin de promover y favorecer la igualdad de oportunidades.
- Retribución y auditoría salarial, para asegurar la equidad salarial de los puestos de igual valor.
- Derechos de la vida personal, familiar y profesional, con el objetivo de facilitar el ejercicio corresponsable de la vida personal, familiar y laboral de toda la plantilla.
- Prevención del acoso y Prevención de Riesgos Laborales (PRL), para impulsar medidas para la sensibilización en la detección, prevención y actuación en situaciones de acoso sexual y/o por razón de sexo.
- Infrarrepresentación femenina, con el fin de impulsar la visibilidad, oportunidades de crecimiento y desarrollo del colectivo femenino en aquellas áreas o aspectos del ámbito organizacional en los que se encuentre infrarrepresentado.

El seguimiento de este plan se articula mediante las siguientes figuras clave:

- El Agente de Igualdad responsable de liderar la implementación del plan de igualdad, coordinar y supervisar todas las actividades y asuntos relacionados con su desarrollo.
- El Comité de Igualdad, Diversidad e Inclusión fomenta una cultura inclusiva y un ambiente positivo y de apoyo a todos los empleados. Está compuesto por representantes voluntarios de distintas áreas que diseñan y promueven actividades de sensibilización.
- La Comisión de Igualdad, compuesta por representantes de la empresa y del personal trabajador, es la encargada de aprobar el Plan, así como de dar seguimiento, evaluar resultados y proponer mejoras a las acciones definidas.

Plan de Igualdad LGTBI

Durante el ejercicio 2025-2026, en ALAIN AFFLELOU hemos continuado reforzando nuestro compromiso con la diversidad, la inclusión y el bienestar de nuestros colaboradores mediante el Plan LGTBI y el mantenimiento de un marco de relaciones laborales basado en el diálogo, la igualdad de oportunidades y el respeto. Con ello, garantizamos que nuestras políticas laborales no solo cumplan con la normativa vigente, sino que también contribuyan activamente a un clima laboral positivo, inclusivo y alineado con los valores de la compañía.

Lucha contra la discriminación y el acoso

Nuestra cultura corporativa defiende la tolerancia cero ante cualquier forma de discriminación. Trabajamos especialmente en las medidas para la prevención del acoso, ya que entendemos la gravedad de sus consecuencias para las víctimas.

Para ello, se han puesto en marcha medidas como las siguientes:

1. Nuestro Convenio Colectivo recoge nuestro compromiso con la promoción de la igualdad de oportunidades y la prevención del acoso laboral, incluyendo acoso moral y cualquier conducta discriminatoria. Asimismo, el Convenio incorpora definiciones, medidas preventivas y el procedimiento de actuación ante supuestos casos en la organización.
2. Contamos con un Protocolo de Acoso Sexual y por Razón de Sexo que tiene el objetivo de garantizar espacios de trabajo seguros y unas relaciones laborales basadas en la libertad y el respeto de las personas. Este protocolo refuerza el procedimiento anteriormente descrito ante posibles conductas de acoso sexual o por razón de sexo.
3. Formamos e informamos a la plantilla sobre cómo prevenir situaciones de acoso sexual y/o por razón de sexo en el trabajo, así como de acoso digital, mediante sesiones formativas. En el ejercicio se han realizado 230 acciones formativas en esta materia, detalladas en la tabla 5 del apartado 2.4.2 Sensibilización de nuestros colaboradores en materia de *compliance*.
4. Disponemos de un Canal de Comunicaciones para que nuestros empleados nos pongan en conocimiento de todas las conductas que atenten contra nuestras políticas y nuestro Código de Conducta y podamos así responder con las medidas pertinentes.
5. Colaboramos con la Asociación MUM con el objetivo de ofrecer apoyo a todas las mujeres de ALAIN AFFLELOU (empleadas, directivas, administradoras, franquiciadas y sus familiares) que lo necesiten. Esta asociación brinda asistencia psicológica y responde a otras consultas para atender de manera integral a quienes se encuentren en situación de violencia de género.

Medidas de conciliación

Tanto el Plan de Igualdad como nuestro Convenio Colectivo recogen la protección de la conciliación de la vida laboral y familiar de la plantilla. Llevamos a cabo diferentes acciones como:

- Permisos retribuidos para atender a necesidades del ámbito familiar y personal recogidos en nuestro Convenio Colectivo. Entre otros, permisos para acompañar a hijos a citas médicas, acudir a la firma de documentos, presentación de exámenes, etc.).
- Programas de bienestar y salud.
- Procedimientos de ayuda a madres y padres durante y después del embarazo.
- Política de teletrabajo
- Reducción de jornada, que ayuda a conciliar y mantener el bienestar de nuestros trabajadores.
- Flexibilidad horaria: nuestros empleados de oficinas disponen de 30 minutos de flexibilidad tanto en entrada como en salida, concediendo también la posibilidad de realizar otros horarios atendiendo a las especificidades de los diferentes puestos. Los empleados de oficinas centrales también disponen de la tarde del día de su cumpleaños libre para celebrarlo como prefieran. En cuanto a nuestros empleados de tiendas, se organizan turnos de trabajo adaptables a las necesidades personales.

En relación con la maternidad, contamos con una política específica, Afflelou MUMDDY, orientada a proteger la salud y el bienestar de nuestras colaboradoras durante la maternidad. Esta iniciativa contempla medidas para minimizar riesgos durante el embarazo, facilitar los periodos de lactancia y ofrecer excedencias para el cuidado de los hijos. En el caso de las empleadas de tiendas propias, gestionamos las bajas por riesgo durante el embarazo, tramitadas por las mutuas a partir de la semana 30. Además, brindamos acompañamiento desde la semana 26, proporcionando toda la documentación e instrucciones necesarias para facilitar el proceso.

Empleo de personas con discapacidad

La inclusión de todas las personas en un mundo sin barreras es parte de nuestra visión como empresa. En ALAIN AFFLELOU trabajamos para crear espacios de trabajo totalmente accesibles y oportunidades de empleo para personal con discapacidad a través de iniciativas como:

- Todas las ofertas laborales están abiertas y adaptadas a personal con discapacidad.
- Convenio de colaboración con la Fundación ONCE para la contratación de personas con discapacidad en nuestros centros y establecimientos.
- Alianza con la Fundación ALAPAR para facilitar la inserción laboral de este colectivo en la compañía.

Estado de Información No financiera

- Proceso continuo de eliminación de barreras arquitectónicas para facilitar la movilidad en las oficinas centrales.
- Todas nuestras tiendas integran medidas para la accesibilidad de los clientes como baños adaptados, rampas para sortear desniveles o accesos con los diámetros de giro adecuados.
- Participación en acciones de sensibilización y voluntariado corporativo con colectivos vulnerables a través de la Fundación Alain Afflelou, incluyendo también a personas con discapacidad.

En el último ejercicio, contamos con 12 empleados con discapacidad en nuestros equipos, en comparación con los 15 de 2024-2025.

Formación y sensibilización

Somos conscientes de que construir un entorno de trabajo verdaderamente diverso e inclusivo requiere el compromiso y la implicación de toda la organización. Por ello, promovemos de forma continua la sensibilización de nuestros colaboradores en materia de igualdad, diversidad, inclusión y prevención del acoso y discriminación, favoreciendo una cultura basada en el respeto, la igualdad de oportunidades y la convivencia.

Este compromiso se materializa, entre otras iniciativas, a través de la Escuela de Diversidad e Igualdad de AFFLELOU Academy, donde ofrecemos acciones formativas para fortalecer el conocimiento y las competencias de nuestros colaboradores en estas materias. Durante el ejercicio 2025-2026 se impartieron 267 horas de formación a 194 colaboradores (90 empleados de ALAIN AFFLELOU y 104 franquiciados y empleados de franquiciados).

Alianzas y reconocimientos que potencian nuestro compromiso con la igualdad

- *Best Women Talent Company*: en este ejercicio mantenemos la certificación otorgada por Intrama como una de las compañías españolas más comprometidas con la visibilidad y promoción de la mujer en la empresa.
- *Top Diversity Company*: por sexto año consecutivo, somos una de las TOP50 empresas con mejores prácticas en diversidad e inclusión de nuestro país (Premios Intrama).
- *Baby Friendly Companies*: mantenemos el diploma por el cumplimiento de los 10 principios Baby Friendly en materia de igualdad, entre los que se incluyen el apoyo al crecimiento laboral sin discriminación por sexo, ofrecer información a los empleados sobre derechos legales por maternidad/paternidad o mostrar flexibilidad respecto a trámites relacionados con los hijos como a través de nuestro programa MUMDDY.

- Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPS): reafirmamos los principios producidos por ONU Mujeres (la entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres) y por el Pacto Mundial de Naciones Unidas, para fomentar la promoción y empoderamiento de las mujeres.

3.4.4. Favorecer un ambiente de trabajo de calidad y el bienestar de los empleados

En ALAIN AFFLELOU trabajamos para ofrecer un entorno laboral seguro, saludable e inclusivo, basado en el diálogo, la escucha activa y la mejora continua, que favorezca tanto el desarrollo profesional como el bienestar integral de nuestros colaboradores y de los profesionales de nuestra red de franquicias.

Organización del trabajo

La transformación digital ha generado nuevas oportunidades para mejorar la forma en que trabajamos, pero también plantea nuevos desafíos en materia de bienestar y organización del trabajo. Con el objetivo de garantizar un entorno laboral saludable y sostenible, impulsamos políticas e iniciativas que favorecen el uso responsable de la tecnología, la desconexión digital y una adecuada gestión del tiempo de trabajo.

- Nuestra Política de Teletrabajo ofrece a los empleados de oficinas centrales la posibilidad de teletrabajar dos días a la semana, de libre elección, y asistir presencialmente tres días, para fomentar el contacto y las relaciones personales entre los equipos. Desde ALAIN AFFLELOU garantizamos que el trabajo a distancia no implique, bajo ningún concepto, discriminación o pérdida de oportunidades. Además, formamos parte del Chárter del Teletrabajo.
- La Política de desconexión digital ofrece medidas y prácticas específicas para el uso adecuado de las herramientas digitales y el respeto del tiempo libre, los permisos y las vacaciones, los períodos de ausencia justificada, así como el equilibrio entre la vida privada y la vida laboral. Además, hemos puesto a disposición de los empleados acciones formativas en nuestra plataforma de formación Afflelou Academy.
- Contamos con una Política de Registro de Jornada para la efectiva realización del registro diario de la jornada laboral de nuestros empleados, conforme al Real Decreto-Ley 8/2019.

Canales de comunicación con los empleados

Disponemos de canales de comunicación abiertos con los empleados desde los que trasladamos nuestra cultura organizativa y fomentamos la atención y escucha activa:

- Cornerstone: ERP de personas que nos permite mantener una interacción directa y personalizada con nuestros empleados. A través de ella gestionamos procesos como la evaluación del desempeño, los planes de desarrollo individual, la formación, la movilidad interna y el acceso a recursos y comunicaciones corporativas. En Cornerstone también ponemos a disposición las políticas, manuales y normas internas de la compañía. Continuamos potenciando esta herramienta como la plataforma central para la gestión del desarrollo profesional de nuestros colaboradores.
- Sesame: seguimos consolidando Sesame como uno de los principales canales de comunicación con nuestros colaboradores, facilitando la gestión de información relacionada con las personas, la organización del trabajo y la experiencia del empleado.
- Hotspot: plataforma de comunicación interna que utilizamos para comunicarnos con todos nuestros colaboradores, ya sean personal de las oficinas centrales, tiendas propias, franquicias o franquiciados. Hotspot proporciona acceso a enlaces directos, que redirigen hacia otras *landings* o webs, como Afflelou Academy, enlaces específicos para franquicias, enlaces específicos para tiendas propias o la plataforma de gestión de clientes, entre otros. Además, permite acceder a contenidos en forma de noticias, como presentaciones de campañas vigentes, infocomunicados, calendarios de implantación de productos, condiciones comerciales, etc.
- Newsletter de Comunicación: canal dirigido a difundir información corporativa relevante, novedades de la compañía, campañas, proyectos e iniciativas de interés para toda la organización.
- Newsletter de Personas: comunicación periódica orientada a compartir iniciativas relacionadas con el talento, el desarrollo profesional, la formación, el bienestar y la gestión de personas. Durante el ejercicio 2025-26, se han difundido a través de este canal contenidos de sensibilización sobre diferentes temáticas sociales y ambientales, entre ellas el Día internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, la diversidad LGTBIQ+, el Día de la Tierra, el aniversario del Acuerdo de París, el Día de la Sobrecapacidad, el Día de la Diversidad y el Día de los Océanos.
- Afflelou Te Cuenta: comunicaciones remitidas por correo electrónico a nuestros colaboradores con información sobre temas concretos relacionados con los empleados, la compañía y la celebración de eventos. Mediante este formato informamos, por ejemplo, de las nuevas incorporaciones.
- Portal interno de vacantes: donde publicamos y compartimos todas las oportunidades internas de empleo, con el objetivo de fomentar la promoción interna.
- Boletín de Formación: un boletín informativo donde se resumen las nuevas formaciones que tendrán lugar próximamente o de aquellos cursos que queremos destacar.

Durante este ejercicio, el departamento de Sostenibilidad ha impulsado distintas comunicaciones e iniciativas de sensibilización dirigidas a la plantilla, con el objetivo de fomentar la concienciación

Estado de Información No financiera

y el compromiso en diferentes ámbitos sociales y de bienestar. En 2025-2026 hemos realizado, entre otras, comunicaciones vinculadas a las siguientes fechas:

- Fomento de la igualdad y la diversidad: Día del Orgullo, Día de la Diversidad Cultural, Día Internacional de la Mujer, Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, Día Internacional de las Personas con Discapacidad y Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.
Concienciación con la salud física y mental: Día del Bienestar y el Autocuidado, Día Mundial de la Alimentación, Día Mundial contra el Cáncer, Día Mundial contra el Cáncer de Mama y Día Mundial de la Salud Mental.

Además de estas fechas generales, también festejamos días especiales para nuestros empleados, como el nacimiento de hijos, cumpleaños o aniversarios.

Diálogo social

El diálogo social es un pilar fundamental para garantizar los derechos de los trabajadores y el compromiso con los derechos laborales establecidos por organismos internacionales, como la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

El 100 % de nuestros empleados están incluidos bajo el artículo 1 del Convenio Colectivo de Pluralidad de Empresas Vinculadas por Razones Organizativas y Productivas. Asimismo, nuestros franquiciados se adhieren voluntariamente a este convenio. Durante el próximo ejercicio está prevista la negociación del Convenio Colectivo, cuya actualización se ha iniciado en 2026.

Gestionamos el diálogo social a través del Departamento de Personas y de los representantes sindicales elegidos por los propios trabajadores. Actualmente, contamos con 25 delegados de FETICO y cuatro de UGT. De esos 29 delegados, existe un COMITE de cinco en Barcelona, compuesto por dos de FETICO y tres de UGT.

Salud y seguridad laboral

Promovemos la salud y el bienestar laboral a través de numerosas medidas de prevención de riesgos y fomento del bienestar físico y emocional de todas las personas en nuestra organización.

Nuestro Convenio Colectivo recoge la relevancia de la salud y la seguridad como principios fundamentales del entorno laboral. Además, reconoce:

- El derecho preferente a ocupar otro puesto de trabajo en cualquier otro de sus centros para todas aquellas víctimas de violencia de género, así como para las personas trabajadoras con

discapacidad que se vean obligados a abandonar el puesto de trabajo de su localidad para hacer efectiva su protección o su derecho a la asistencia social integral.

- El derecho de nuestros trabajadores a ausentarse de su puesto de trabajo por razón de enfermedad aun cuando no esté justificada en el plazo de 48 horas desde la ausencia si su estado de salud no lo ha permitido.

Como parte del compromiso de ALAIN AFFLELOU con la protección de la salud y la seguridad de las personas frente a los riesgos derivados del cambio climático, durante el ejercicio se ha iniciado la elaboración de un Protocolo de Emergencia Climática, destinado a establecer las medidas de actuación ante episodios de temperaturas extremas y otras situaciones de emergencia climática que puedan afectar a las condiciones de trabajo. En el momento de elaboración de este informe, el documento se encuentra en proceso de diálogo social y negociación con la representación legal de los trabajadores, con el objetivo de integrarlo en el próximo Convenio Colectivo.

Evaluación y prevención de accidentes laborales

Contamos con un Plan de Prevención de Riesgos Laborales para las oficinas centrales y con planes de prevención específicos adaptados a las características y riesgos de cada una de nuestras tiendas propias, integrando la prevención en el conjunto de las actividades de la organización.

El Plan de Prevención para oficinas centrales alcanza a todos los procesos, actividades y miembros de la empresa y se compone de dos partes diferenciadas:

- La Estructura Organizativa, donde se define la política preventiva de la empresa, la organización, las funciones y responsabilidades, así como los recursos que se utilizarán para el desarrollo del sistema preventivo de la empresa.
- El Manual de Procedimientos e Instrucciones Operativas, donde se recoge las instrucciones concretas y las medidas a adoptar para la realización de los diferentes procesos preventivos que se realizan en la empresa y la forma de integrarlos en las actividades generales.

La prevención se complementa con un programa continuo de información y formación dirigido tanto a las nuevas incorporaciones como al resto de la plantilla, con el objetivo de garantizar que todos los colaboradores conocen los riesgos asociados a su actividad y las medidas preventivas aplicables. Asimismo, los Delegados de Prevención y, cuando corresponde, el Comité de Seguridad y Salud, participan activamente en la promoción de la cultura preventiva y en el seguimiento de las actuaciones desarrolladas.

En términos de seguridad laboral, llevamos a cabo un estudio de mediciones de campos electromagnéticos realizado por Novotec Consultores, S.A., que concluyó que no existen riesgos para la salud de nuestros colaboradores en este ámbito. De igual manera, a partir de los seis meses

Estado de Información No financiera

de contrato, los empleados pueden optar por disponer de un seguro médico reconocido, proporcionado por Sanitas, o por recibir el importe correspondiente como retribución, ofreciendo así flexibilidad para adaptarse a las necesidades de cada persona.

Durante este ejercicio no se ha producido ninguna enfermedad profesional y no han quedado registrados accidentes de trabajo con baja en el centro de trabajo. Se han registrado, sin embargo, dos accidentes in itinere con baja y un accidente en el centro de trabajo sin baja¹³.

Tabla 14. 13 Índices de frecuencia y gravedad de accidentes AAO

	2025/2026			2024/2025		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Índice de frecuencia ¹⁴	-	-	-	-	3,41	2,72
Índice de gravedad ¹⁵	-	-	-	-	0,02	0,01

En relación con el absentismo, en esta sociedad se han registrado 12.238 jornadas perdidas a causa de bajas por enfermedad, accidentes in itinere o permisos de maternidad/paternidad. En base a este dato obtenemos una estimación de 78.162 horas¹⁶ de absentismo durante el último ejercicio, frente a 48.351,61 horas en 2024-2025. El aumento registrado en las horas de absentismo se debe a un aumento en los permisos de maternidad/paternidad y las contingencias comunes.

Iniciativas específicas en materia de salud

Durante este ejercicio mantenemos diversas iniciativas que abarcan tanto la salud física como mental, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de nuestro equipo. Ponemos a disposición de la plantilla acceso a servicios de fisioterapia a través de Cityfisio, con condiciones especiales, y desarrollamos, a través de The Wellness Hut, integrado en Afflelou Academy, contenidos formativos y acciones vinculadas al bienestar integral.

¹³ Los accidentes in itinere con baja durante el ejercicio 2025-2026 han afectado a 1 hombre y una mujer. Se ha producido un accidente (hombre) en el centro de trabajo sin baja. Accidentes con baja en 2024-2025: 3 mujeres (2 en el centro de trabajo y 1 in itinere) y 1 hombre in itinere. Tres accidentes en el centro de trabajo sin baja (2 hombres y 1 mujer).

¹⁴ Calculado como el número de accidentes laborales con baja * 1.000.000 / total horas trabajadas. Este índice no incluye los accidentes in itinere debido a que busca representar la exposición al riesgo estrictamente laboral.

¹⁵ Calculado como el número de jornadas no trabajadas por accidente laboral * 1.000 / total horas trabajadas. Este índice no incluye los accidentes in itinere debido a que busca representar la exposición al riesgo estrictamente laboral.

¹⁶ Horas estimadas en base a una jornada media de 8 horas para empleados de Oficinas Centrales y de 6,33 horas para empleados de tiendas propias.

Estado de Información No financiera

También fomentamos la actividad física y el deporte mediante EQUIPE SPORT, con iniciativas como la liga de pádel y la participación en competiciones corporativas, entre ellas la Carrera de las Empresas organizada por Quirónprevención.

Complementamos estas actuaciones con la campaña anual de reconocimientos médicos, desarrollada junto a Quirónprevención, que facilita el seguimiento periódico de la salud, y con distintas medidas destinadas a promover hábitos saludables en el entorno de trabajo, como la disponibilidad de fruta fresca y opciones de alimentación saludable en las oficinas centrales.

3.5. Indicadores clave

Tabla 15. 14 Indicadores Clave de Empleados

	COMPROMISOS	INDICADORES DE RESULTADOS		OBJETIVOS A 31/7/2026	RESULTADOS A 31/7/2025	Cierre de la estrategia (31/7/2026)
EMPLEADOS	ATRAER Y FIDELIZAR TALENTO	% medio de personal con contrato indefinido	%	> 85 %	97%	96%
		Antigüedad media total de la plantilla	años	entre 6 y 8	7	7
	IMPULSAR EL DESARROLLO DE NUESTROS EMPLEADOS	% de la plantilla que recibió al menos una formación al año	%	> 70 %	74%	75%
	LUCHAR CONTRA LA DISCRIMINACIÓN Y FOMENTAR LA DIVERSIDAD Y LA INCLUSIÓN	% Mujeres en la plantilla Total	%	entre 50% y 60%	80%	81%
		% de Mujeres en el CODIR	%	> 40 %	57%	29%
		Edad media de la plantilla total	años	entre 36 y 38	38,64	38,77
		% de empleados mayores de 50 en plantilla	%	> 15 %	14,8%	19%

3.5.1. Otros indicadores sobre los trabajadores propios¹⁷

Tabla 16. 15 Distribución de la plantilla media de AAO por sexo y rango de edad

Rango de edad	2025/2026			2024/2025		
	Hombres	Mujeres	Totales	Hombres	Mujeres	Totales
< 30 años	26	93	119	31	88	119
30 - 45 años	46	119	140	44	188	232
> 45 años	21	185	231	21	113	134
Totales	93	397	490	96	389	485

Tabla 17. 16 Distribución de la plantilla total (31 julio) de AAO por sexo y rango de edad

Rango de edad	2025/2026			2024/2025		
	Hombres	Mujeres	Totales	Hombres	Mujeres	Totales
< 30 años	30	105	135	26	95	121
30 - 45 años	22	120	142	49	188	237
> 45 años	44	180	224	18	109	127
Totales	96	405	501	93	392	485

Tabla 18. 17 Distribución de la plantilla media de AAO por sexo y grupo profesional

Grupo profesional	2025/2026			2024/2025		
	Hombres	Mujeres	Totales	Hombres	Mujeres	Totales
Grupo I	1	0	1	1	-	1
Grupo II	15	64	79	18	70	88
Grupo III	46	160	206	48	158	206
Grupo IV	2	30	32	2	31	33
Grupo V	28	144	172	27	130	157
Totales	93	397	490	96	389	485

¹⁷ Todos los datos se ofrecen en criterio HeadCount con el objetivo de alinear el reporte con las metodologías utilizadas por el Grupo AFFLELOU. Los datos correspondientes al ejercicio 2024/2025 se han recalculado con este criterio para facilitar la comparabilidad de la información.

Estado de Información No financiera

Tabla 18 19. Distribución de la plantilla total (31 julio) de AAO por sexo y grupo profesional

Grupo profesional	2025/2026			2024/2025		
	Hombres	Mujeres	Totales	Hombres	Mujeres	Totales
Grupo I	1	-	1	1	-	1
Grupo II	15	66	81	16	68	84
Grupo III	49	155	204	47	160	207
Grupo IV	2	29	31	2	30	32
Grupo V	29	155	184	27	134	161
Totales	96	405	501	93	392	485

Tabla 19 20. Promedio anual de contratos por duración y jornada en AAO por rango de edad

Duración del contrato	2025/2026			2024/2025		
	Indef	Temp	Total	Indef	Temp	Total
< 30 años	110	9	119	110	9	119
30 - 45 años	224	7	231	225	7	232
> 45 años	135	5	140	132	2	134
Totales	469	21	490	467	18	485

Tipo de jornada	2025/2026			2024/2025		
	Completa	Parcial	Total	Completa	Parcial	Total
< 30 años	65	54	119	68	51	119
30 - 45 años	175	56	231	176	55	231
> 45 años	103	37	140	102	33	135
Totales	342	147	490	346	139	485

Estado de Información No financiera

Tabla 20.21. Promedio anual de contratos por duración y jornada en AAO por sexo

2025/2026				2024/2025		
Duración del contrato	Indefinido	Temporal	<i>Total</i>	Indefinido	Temporal	<i>Total</i>
Hombres	89	4	93	89	7	96
Mujeres	380	17	397	378	11	389
Totales	469	21	490	467	18	485

2025/2026				2024/2025		
Tipo de jornada	Completa	Parcial	Total	Completa	Parcial	Total
Hombres	68	25	93	69	27	96
Mujeres	274	123	397	277	112	389
Totales	342	147	490	346	139	485

Tabla 22.21 Total anual (31 julio) de contratos por duración y jornada en AAO por sexo

2025/2026				2024/2025		
Duración del contrato	Indefinido	Temporal	<i>Total</i>	Indefinido	Temporal	<i>Total</i>
Hombres	90	6	96	87	6	93
Mujeres	380	25	405	375	17	392
Totales	470	31	501	462	23	485

2025/2026				2024/2025		
Tipo de jornada	Completa	Parcial	Total	Completa	Parcial	Total
Hombres	72	24	96	64	29	93
Mujeres	279	126	405	280	112	392
Totales	351	150	501	344	141	485

Tabla 22.23. Promedio anual de contratos por duración y jornada en AAO por grupo profesional

2025/2026				2024/2025		
Duración del contrato	Indef	Temp	Total	Indef	Temp	Total
Grupo I	1	0	1	1	0	1
Grupo II	79	0	79	88	0	88
Grupo III	198	8	206	200	5	205

Estado de Información No financiera

Grupo IV	32	0	32	34	0	34
Grupo V	159	13	172	144	12	156
Totales	469	21	490	467	18	485

2025/2026				2024/2025		
Duración del contrato	Completa	Parcial	Total	Completa	Parcial	Total
Grupo I	1	0	1	1	0	1
Grupo II	76	4	79	84	4	88
Grupo III	157	49	206	159	47	206
Grupo IV	26	6	32	28	5	33
Grupo V	83	89	172	73	84	157
Totales	342	147	490	345	140	485

La gestión laboral de ALAIN AFFLELOU implica salidas ocasionales de trabajadores. A continuación, se muestran los despidos que se produjeron en AAO durante el ejercicio.

Tabla 23 24. Número de despidos por grupo profesional

Grupo profesional	2025/2026	2024/2025
Grupo I	-	-
Grupo II	2	3
Grupo III	5	9
Grupo IV	-	1
Grupo V	12	7

Tabla 24 25. Número de despidos por sexo

Sexo	2025/2026	2024/2025
Hombres	3	5
Mujeres	16	15

Tabla 25 26. Número de despidos por rango de edad

Rango de edad	2025/2026	2024/2025
< 30 años	5	4
30 - 45 años	6	13
> 45 años	8	3

4. Franquiciados

4.1. Estrategia

La red de franquiciados es un pilar estratégico del modelo de negocio de ALAIN AFFLELOU y un elemento clave para acercar la salud visual y auditiva a un mayor número de personas. Gracias a su capacidad territorial y a su compromiso con los estándares de la compañía, los franquiciados desempeñan un papel esencial en la prestación de una experiencia homogénea y de calidad a nuestros clientes.

ALAIN AFFLELOU cuenta en España con una red de aproximadamente 205 franquiciados, cuya contribución es fundamental para impulsar el crecimiento sostenible del negocio y consolidar nuestra presencia en el mercado. Por ello, durante este ejercicio, hemos alcanzado un crecimiento récord en un mercado maduro.

Con el objetivo de favorecer el desarrollo responsable de esta red, acompañamos a nuestros franquiciados durante todas las etapas de su proyecto empresarial, desde la apertura de la tienda hasta la gestión diaria del negocio, poniendo a su disposición formación, herramientas, asesoramiento y apoyo continuo para contribuir al éxito y crecimiento de sus establecimientos.

4.2. Gestión de riesgos y oportunidades

De acuerdo con el análisis de Doble Materialidad el riesgo material asociado a los franquiciados es el *Desarrollo de las competencias de los franquiciados*. También es importante el *Apoyo al lanzamiento y/o desarrollo de las operaciones de los franquiciados*.

El modelo de franquicias supone también diversos riesgos como la necesidad de inversión inicial, la escasez de profesionales y la inflación salarial. Desde ALAIN AFFLELOU respondemos a estas cuestiones a través de una estrategia de acompañamiento constante al franquiciado.

4.3. Políticas

Trabajamos para que toda nuestra red de tiendas comparta unos mismos principios de ética, integridad y compromiso con las personas. En este sentido, durante el ejercicio 2025-2026 hemos incorporado la Carta Ética para Franquiciados, elaborada por el Grupo, como parte integrante de todos los nuevos contratos de franquicia. Este documento recoge los principios y estándares de conducta que deben regir la relación con nuestra red de franquiciados, reforzando nuestro compromiso con una gestión responsable, el cumplimiento normativo y el respeto a los derechos humanos y laborales.

4.4. Acciones

4.4.1 Promover el desarrollo responsable de la red de franquicias

Proyecto Adelante

El Proyecto Adelante es una de las principales iniciativas de ALAIN AFFLELOU para facilitar el acceso al emprendimiento y favorecer el crecimiento sostenible de la red de franquicias. A través de este programa, ayudamos a profesionales con vocación empresarial para que puedan dar el paso hacia la gestión de su propio establecimiento, reduciendo las barreras tradicionales asociadas a la apertura de un negocio.

El programa combina apoyo financiero, acompañamiento empresarial y asesoramiento personalizado durante las distintas fases del proyecto, contribuyendo a reducir la percepción de riesgo inherente a la inversión y ofreciendo el respaldo de una marca consolidada y un modelo de negocio exitoso.

Inicialmente concebido como un programa dirigido a empleados de la compañía interesados en convertirse en franquiciados, el Proyecto Adelante se amplió el pasado ejercicio a profesionales externos, ampliando así las oportunidades de acceso al emprendimiento y reforzando el crecimiento de la red de franquicias.

Además de facilitar la apertura de nuevos establecimientos, este modelo favorece al desarrollo profesional de ópticos, audioprotesistas y responsables de tienda, que pueden evolucionar desde posiciones técnicas o de gestión hasta convertirse en empresarios, y en algunos casos, desarrollar varias franquicias dentro de la red.

Acompañamos a todos los profesionales. Ofrecemos alternativas de desarrollo para que aquellos que aún no reúnen las condiciones para emprender puedan adquirir experiencia y las competencias necesarias para afrontar este reto en el futuro.

Desarrollo de capacidades de franquiciados y sus equipos

Desde ALAIN AFFLELOU, ponemos mucho foco en el desarrollo de las competencias de nuestra red de franquiciados para poder garantizar una experiencia homogénea y de calidad en todos nuestros establecimientos. Por ello, ponemos a su disposición un modelo de aprendizaje continuo que les permite actualizar sus conocimientos, reforzar sus capacidades de gestión y mantenerse alineados con los estándares, procesos y valores del grupo.

Estado de Información No financiera

A través de su adhesión a la red, los franquiciados tienen acceso a AFFLELOU ACADEMY, nuestra plataforma de aprendizaje, que ofrece un amplio catálogo de contenidos técnicos, comerciales y de gestión adaptados a las distintas etapas de su actividad. Durante el ejercicio, el 97 % de nuestros franquiciados participó en al menos una acción formativa.

Con el objetivo de facilitar la incorporación de nuevos franquiciados, contamos además con el Programa Superior de Modelo de Negocio y Gestión del Punto de Venta, un itinerario que combina formación presencial y *online* y proporciona las herramientas necesarias para gestionar de forma eficiente un establecimiento ALAIN AFFLELOU desde sus primeras etapas de actividad.

De forma complementaria, nuestra oferta formativa incorpora contenidos dirigidos a reforzar aspectos transversales como la diversidad, la igualdad de oportunidades, el bienestar en el trabajo, el cumplimiento normativo y la protección de datos. Entre ellos, destaca la Escuela de Diversidad y Felicidad en el Trabajo, que incluye acciones de sensibilización y formación en materia de prevención del acoso y promoción de entornos laborales respetuosos e inclusivos. Asimismo, durante el ejercicio se ha incorporado una formación específica sobre prevención del acoso sexual.

Por último, desarrollamos acciones formativas en *Compliance* y protección de datos, que aseguran que todos los colaboradores, incluidos los franquiciados, estén comprometidos con los principios éticos y la seguridad de la información.

Acompañamiento y excelencia operativa

Uno de los principales focos de trabajo durante este ejercicio ha sido la definición y estandarización de procesos con el objetivo de garantizar estándares uniformes del servicio en todos los establecimientos de ALAIN AFFLELOU.

Para ello, ofrecemos un seguimiento continuo a los franquiciados desde la apertura del establecimiento y durante toda la gestión del negocio, facilitando el acceso a herramientas, procedimientos y asesoramiento especializado que permiten replicar los estándares de calidad, servicio y experiencia de cliente en toda la red.

Herramientas a disposición del franquiciado

Ponemos a disposición de todos los franquiciados las siguientes herramientas:

- **Financiación:** a través del Proyecto Adelante que nos permite acompañar a los emprendedores en los primeros momentos de su negocio, ofreciéndoles facilidades financieras y mentoría.
- **Expansión:** acompañamos al franquiciado desde el primer momento ayudándole en la búsqueda de la mejor ubicación a través de un exhaustivo análisis para la apertura de

nuevas franquicias o el asesoramiento en su plan de negocio. Además, el delegado de franquicia ofrece apoyo permanente en la gestión comercial y de ventas.

- Soporte tecnológico y jurídico: ofrecemos herramientas de gestión y formación, además de un servicio de acompañamiento jurídico para la puesta en marcha de la sociedad, en materia de consumo o de protección de datos.
- Formación: nuestros franquiciados acceden a un plan de formación continua dirigido a mejorar la productividad y la especialización técnica de los profesionales.
- Gestión operativa: ponemos a disposición de los franquiciados distintas herramientas que les permiten gestionar su óptica o espacio de audio de manera eficiente y apostando por las últimas tecnologías. Entre otros, proporcionamos un cuadro de mandos, un sistema de albarán electrónico, soporte informático y herramientas como el *software* MATI, una plataforma de compras y un sistema de *marketing* local.
- Recursos Humanos: asesoramos en todos los procesos relacionados con la gestión de personas, ofreciendo un acompañamiento personalizado y adaptado a las necesidades de cada momento.
- Servicio de atención al cliente: ofrecemos un servicio multicanal de atención al cliente que apoya el día a día de nuestros franquiciados, con la tranquilidad de que todas las comunicaciones de sus clientes serán resueltas en un plazo de 48 h. Disponemos de servicios como un *software* de gestión de clientes, una herramienta de *Mystery Shopping* y un buscador de financiación personalizada.
- Comunicación: más allá de la publicidad nacional que permite generar visibilidad y notoriedad para la marca AFFLELOU, contamos con un departamento de marketing local que apoya a nuestros franquiciados en todo lo que necesitan para desarrollar la comunicación de su óptica. Disponemos de herramientas como la plataforma de Marketing que nos permite acompañar a cada tienda en la implementación de nuestras campañas.

Diálogo y relación con la red

En ALAIN AFFLELOU mantenemos un diálogo continuo con nuestra red de franquiciados como una herramienta esencial para conocer sus necesidades, compartir la estrategia de la compañía y acompañar al desarrollo de sus negocios.

Con el fin de ofrecer un apoyo cercano y adaptado a las necesidades de cada establecimiento, contamos con una red de 11 delegados de franquicia que realizan aproximadamente 300 visitas anuales a los establecimientos, ofreciendo un soporte más intensivo en situaciones clave, reforzando la relación de confianza con los franquiciados y contribuyendo a la mejora continua.

Además, fomentamos espacios de diálogo directo a través de:

Estado de Información No financiera

- 4 reuniones regionales anuales, en las que participan activamente miembros de la dirección.
- 2 reuniones de la Comisión Nacional de Franquiciados, donde se eligen representantes de la red para trasladar inquietudes y propuestas. Además, en ocasiones se cuenta con la presencia del presidente Anthony Afflelou, para escuchar de primera mano las necesidades, emociones y visión del negocio.

Convención Anual ALAIN AFFLELOU

Uno de los principales espacios de encuentro es la Convención Anual ALAIN AFFLELOU que reúne en París cada año a franquiciados, empleados y equipos directivos para compartir la evolución del negocio, presentar las principales líneas estratégicas de la compañía y poner en común las tendencias y retos del sector. Además de constituir un espacio para el intercambio de experiencias y buenas prácticas, la convención contribuye a fomentar el sentimiento de pertenencia y nuestros valores y objetivos.

Proyecto CRM Franquiciado: Profesionalización de la Relación

Conscientes de que la relación con el franquiciado es una de las inversiones más importantes en su vida profesional y personal, desde el ejercicio anterior se ha iniciado el Proyecto CRM Franquiciado, con el objetivo de estructurar y preservar el conocimiento acumulado a lo largo de los años.

Este proyecto se desarrolla en dos fases:

1. Creación de un repositorio interno que documente el conocimiento cualitativo sobre cada franquiciado, facilitando su desarrollo profesional y asegurando la continuidad del acompañamiento, independientemente de los cambios en los equipos.
2. Identificación de intereses y necesidades específicas (comerciales, técnicas, formativas, etc.), prevista para implementarse a finales de 2026, con el fin de ofrecer un acompañamiento aún más personalizado y estratégico.

Para garantizar esta relación de cercanía, contamos con distintos canales de comunicación:

- Página web exclusiva para franquiciados.
- Plataforma de gestión de colaboradores Hotspot: herramienta de diálogo interna que proporciona acceso a comunicaciones, enlaces específicos y a las plataformas de gestión de clientes, entre otros.
- Correo electrónico y línea telefónica.
- Reuniones presenciales y virtuales a través de plataformas digitales.

Asimismo, se realiza una encuesta de satisfacción anual para que los franquiciados valoren la eficacia de estos servicios. Esta se gestiona a través de un proveedor independiente, que garantiza la protección de la identidad de los participantes.

4.5. Indicadores clave

Tabla 27. 26 Indicadores Clave de Franquiciados

	COMPROMISOS	INDICADORES DE RESULTADOS		OBJETIVOS A 31/7/2026	RESULTADOS A 31/7/2025	Cierre de la estrategia (31/7/2026)
FRANQUICIADOS	PROMOVER EL DESARROLLO RESPONSABLE DE LA RED DE FRANQUICIAS	N.º de tiendas en plan ADELANTE	%	N.º Medio anual	32 apoyadas en 2024-2025	28 apoyadas en 2025-2026 113 apoyadas en total ¹⁸
		El 95% de los contratos de franquicia se prorrogan en proporción al total de contratos	%		97,85 %	99,1%
		% de franquiciados formados			97% franquiciados y 64% de sus empleados reciben formación	97% de los franquiciados y el 64% de sus empleados reciben formación
		% de franquiciados sensibilizados con la RSE			100 %	100%

¹⁸ En total son 113 tiendas de Proyecto Adelante de las cuales 110 son ópticas y 81 son espacios de audiología (córnens dentro de las ópticas y espacios exclusivos).

5. Clientes y sociedad

5.1. Estrategia

En ALAIN AFFLELOU todas nuestras acciones están dirigidas a nuestro propósito social: "Facilitar el acceso a productos y servicios que mejoren la salud y el *confort* visual y auditivo de las personas". Alcanzar este reto depende de la orientación hacia nuestros clientes y hacia la sociedad.

Este compromiso constituye uno de los pilares de nuestra Estrategia de Sostenibilidad y se articula en torno a tres líneas de actuación: mejorar continuamente la experiencia del cliente, desarrollar productos y servicios innovadores y accesibles y promover la sensibilización de la sociedad sobre la importancia de la salud visual y auditiva.

5.2. Gestión de riesgos y oportunidades

De acuerdo con el análisis de Doble Materialidad los riesgos materiales asociados a los clientes son la *Satisfacción y fidelidad de los clientes*, *Experiencia del cliente en las tiendas*, *Calidad y seguridad de los productos y servicios* y la *Accesibilidad de los productos para todos los clientes*. Siendo también importante las *Prácticas publicitarias responsables*.

5.3. Políticas

A continuación, se establece un listado de todas aquellas políticas aplicables desde ALAIN AFFLELOU España en el campo de los clientes:

Política de datos personales

La política de protección de datos personales de ALAIN AFFLELOU establece las directrices para el tratamiento responsable de la información de sus trabajadores, garantizando el cumplimiento del RGPD y la LOPDGDD. Regula el uso de medios corporativos, la gestión de datos personales e imágenes, el control de acceso, la videovigilancia y el deber de confidencialidad, asegurando que toda la información tratada se utilice exclusivamente para fines laborales. Además, reconoce los derechos de los trabajadores sobre sus datos y establece medidas de seguridad y conservación, así como protocolos para el uso de dispositivos personales y la protección de la información sensible.

Experiencia del cliente

Trabajamos con un enfoque centrado en la calidad del servicio, la accesibilidad y la innovación, pilares integrados en nuestra misión, visión y cultura corporativa. Esto se refleja en estándares

como las certificaciones internas Programa Optométrico Personalizado (POP) y Programa Integral Audiológico (PIA), y en procesos definidos para la gestión de reclamaciones.

Ofrecemos facilidades financieras adaptadas a nuestros clientes y desarrollamos productos adaptados a sus necesidades.

5.4. Acciones

5.4.1 *Actuar a diario para mejorar la satisfacción y la experiencia del cliente*

En ALAIN AFFLELOU, trabajamos para ofrecer una experiencia diferencial que combine innovación, personalización y excelencia en el asesoramiento profesional. Continuamos evolucionando nuestra propuesta de valor para responder a las nuevas expectativas de los consumidores, incorporando nuevas experiencias de compra y reforzando la calidad del servicio.

MAGIC AFFLELOU: Una nueva experiencia de compra

Durante el ejercicio 2025-2026, hemos llevado el lanzamiento de las tiendas MAGIC AFFLELOU, un nuevo concepto de óptica que redefine la experiencia de compra a través de una propuesta basada en la personalización, la innovación y la marca propia.

La primera fase del proyecto ha supuesto la inauguración de dos tiendas bajo un nuevo concepto en Madrid, con el objetivo de validar el modelo comercial, analizar la respuesta de los clientes e identificar oportunidades de mejora antes de su implantación a mayor escala. Estas aperturas nos permiten testar nuevos formatos de *retail* y anticipar la evolución del mercado mediante un proceso de innovación continua.

A diferencia de las ópticas tradicionales de la compañía, las tiendas MAGIC AFFLELOU concentran su propuesta de valor en colecciones exclusivas de marca propia, ofreciendo un espacio especializado donde la personalización adquiere un papel protagonista. Los clientes pueden configurar sus gafas mediante un amplio catálogo de *clips* intercambiables e incluso acceder a soluciones personalizadas adaptadas a sus preferencias, convirtiendo cada compra en una experiencia única.

El nuevo concepto incorpora además una oferta exclusiva de las colecciones MAGIC SUNNY y MAGIC ECOdesing, esta última desarrollada bajo criterios de ecodiseño que consideran las distintas etapas del ciclo de vida del producto. Sus monturas están diseñadas para ser desmontables, facilitando su reparación, prolongando su vida útil y simplificando su gestión al final de su ciclo de vida. Asimismo, la colección favorece el uso de materiales reciclados y de menor impacto ambiental, entre ellos, plástico reciclado rPET en determinados modelos, como alternativa al G850 utilizado en modelos de plástico inyectado.

Estado de Información No financiera

Asimismo, las tiendas MAGIC AFFLELOU integran gabinetes equipados con tecnología de última generación que amplían las capacidades de evaluación de la salud visual, facilitando la detección temprana de determinadas patologías y la derivación al especialista cuando resulta necesario.

Asesoramiento profesional y protocolos de atención

Ofrecemos un asesoramiento individualizado en salud visual y auditiva, brindado por profesionales altamente cualificados. Nos esforzamos por crear un ambiente cercano, en el que los clientes se sientan seguros y bien informados. Para ello, contamos con protocolos exclusivos para atender la salud visual y auditiva de forma exhaustiva.

- Programa Optométrico Personalizado® (POP), aplicado en todas nuestras tiendas de ópticas, incluye pruebas específicas para alteraciones visuales propias de cada segmento de edad: niños, jóvenes y adultos. Todos los clientes reciben un informe certificado con los resultados y recomendaciones del óptico-optometrista. Desde el ejercicio 2022/2023, este informe puede facilitarse en formato digital para contribuir al ahorro de papel y la reducción de emisiones.
- Protocolo Integral Audiológico (PIA) analiza cómo nuestros clientes pueden mejorar su calidad de vida con el uso de audífonos. Este incluye un estudio auditivo completo realizado con la mejor tecnología.

Todos nuestros ópticos y audiólogos se encuentran en proceso de certificación en el cumplimiento de estos protocolos, que se renuevan anualmente a través de AFFLELOU ACADEMY. En el ejercicio actual, contamos con un total de 551 ópticos certificados (un 68,62% del total). Por otro lado, 196 de nuestros audiólogos ya están certificados, lo que supone un 86,73% del total.

Nuestro compromiso con la excelencia en el servicio se refleja en las opiniones de nuestros clientes. Desde ALAIN AFFLELOU empleamos la metodología NPS (*Net Promoter Score*) para medir la satisfacción de nuestros clientes. Este ejercicio, hemos obtenido una destacada puntuación de 87 puntos. Además, nuestras reseñas en Google *My Business*, con una puntuación promedio de 4,85/5 estrellas, con un porcentaje de 96% de reseñas positivas lo que subraya nuestra capacidad para cumplir con las expectativas de quienes confían en nosotros.

Estrategia de diálogo multicanal

En ALAIN AFFLELOU creemos que una comunicación constante y efectiva con nuestros clientes es clave para garantizar su satisfacción, que constituye no solo nuestra principal prioridad, sino también uno de los valores diferenciales de la marca. Este diálogo continuo nos permite comprender mejor sus expectativas, responder a sus necesidades y mejorar de forma continua nuestros servicios.

Estado de Información No financiera

Transformación de la experiencia digital

Durante el ejercicio 2025-2026, en ALAIN AFFLELOU culminamos la renovación integral de nuestro sitio web corporativo. La nueva plataforma ofrece una base tecnológica más robusta y flexible con el objetivo de seguir mejorando la experiencia digital de los clientes y evolucionar nuestra estrategia *omnicanal*.

El proyecto ha supuesto un rediseño completo de la plataforma, incorporando una navegación más intuitiva, una interfaz adaptada a dispositivos móviles y la simplificación de procesos clave, como la solicitud de cita *online*, facilitando un acceso más ágil a los productos y servicios de salud visual y auditiva de la compañía.

Para mantener a nuestros clientes bien informados, ponemos a su disposición diversos recursos digitales, como secciones de preguntas frecuentes, artículos especializados sobre salud visual y auditiva, y un blog actualizado regularmente.

Mantenemos una comunicación activa a través de nuestras redes sociales y boletines informativos. Durante el ejercicio 2025-2026, reforzamos la estrategia de comunicación hacia las nuevas generaciones mediante el lanzamiento de la cuenta oficial en TikTok. Esta iniciativa supone un paso relevante en la evolución de nuestra presencia digital, permitiendo conectar con nuevos públicos a través de contenidos más dinámicos, creativos y adaptados a los hábitos de consumo actuales.

Tabla 28. 27 N.º de seguidores de ALAIN AFFLELOU en las distintas redes sociales corporativas

Red social	N.º de seguidores 25-26	N.º de seguidores 24-25
Facebook	206.464	207.000
LinkedIn	62.244	56.000
Instagram	50.600	45.900
YouTube	-	1.880
TikTok	4.560	-

Mantenemos una red de canales de contacto que nos permite ofrecer soporte inmediato y personalizado: 310.780 323.868

- Correo electrónico
- Atención telefónica
- WhatsApp Business
- Mensajes de texto

Estado de Información No financiera

Campañas Comerciales

Estamos presentes en medios tradicionales como televisión y radio. Colaboramos también con asociaciones locales y ferias sectoriales, fortaleciendo nuestra conexión con la comunidad y manteniéndonos al tanto de las tendencias del mercado.

Durante este ejercicio hemos desarrollado diversas campañas comerciales en el ámbito de la óptica, entre las que destacan:

- Tchin Tchin Verano y Tchin Tchin Navidad que buscan incrementar el valor medio de compra mediante promociones vinculadas al tercer par de gafas, la tarjeta regalo y la redención de cupones.
- Black Week, uno de los principales hitos comerciales, favoreciendo la anticipación de las compras y la captación y fidelización de clientes en un periodo estratégico.
- Campañas específicas para categorías estratégicas como Tchin Tchin Progresivos, Sol y MAGIC.
- En contactología destacó la campaña Estrena lentillas cada día, en la que se promovió la prueba de lentes de contacto diarias, junto con distintas acciones estacionales para impulsar las lentillas de colores en periodos como Carnaval y Halloween.
- Campañas de salud visual infantil, entre ellas Kids & Teens, así como a través de la XXVI Campaña en favor de la Salud Visual Infantil.

En el ámbito de la audiolología, hemos reforzado significativamente nuestra presencia en medios, especialmente en televisión, consolidando nuestro liderazgo en notoriedad dentro del segmento de ópticas con audiolología y alcanzando la segunda posición a nivel global del sector, por delante de cadenas especializadas exclusivamente en audiolología.

Además, hemos continuado reforzando el posicionamiento de INCÓGNITO, nuestra marca propia de audífonos, incorporando las últimas innovaciones tecnológicas desarrolladas por nuestros principales fabricantes y respaldando esta evolución mediante la campaña «Siempre conectado con los tuyos», centrada en destacar la importancia de mantener las conexiones con el entorno y mejorar el bienestar de las personas.

Quejas y reclamaciones

Gestionamos las reclamaciones de nuestros clientes, que recibimos a través de las hojas de reclamaciones de consumo disponibles en nuestras tiendas físicas o de las distintas sedes electrónicas de las Administraciones Públicas, y que nos comprometemos a abordar eficazmente para proporcionar respuestas y soluciones adecuadas. Durante el ejercicio 2025-2026, hemos atendido 32 reclamaciones formales de consumo, de acuerdo con la normativa vigente en cada comunidad autónoma en la que operamos. Asimismo, 322 clientes han ejercido sus derechos en

materia de protección de datos a través de los Derechos ARCO-POL. De igual manera, hemos gestionado un total de 2.291 incidencias entre tienda física y *online*, en comparación con las 1.172 del periodo anterior. Este incremento está relacionado, principalmente, con el cambio de la página web y el consiguiente aumento de las consultas vinculadas al seguimiento de pedidos online. Durante el periodo se registró un mayor volumen de solicitudes de información sobre el estado de los pedidos, tanto a través de los canales de atención al cliente como en las propias tiendas.

5.4.2 Ofrecer productos y servicios innovadores y accesibles

Desde su creación, en ALAIN AFFLELOU mantenemos el propósito de facilitar el acceso a soluciones que mejoren la salud visual y auditiva de las personas. Hemos desarrollado una oferta que combina innovación, calidad, diseño y accesibilidad para responder a las necesidades de los clientes en las distintas etapas de su vida.

Nuestra estrategia se apoya en tres pilares: el desarrollo de productos y servicios innovadores, una oferta comercial que favorece el acceso a soluciones ópticas y auditivas y un catálogo amplio y diversificado capaz de responder a las diferentes necesidades de cada persona.

Innovación en el Grupo Afflelou

La transformación tecnológica centrada en la experiencia del usuario está impulsando la transformación de nuestra propuesta de valor.

Óptica

Magic Connect

Una nueva generación de gafas conectadas que integra funcionalidades de conectividad Bluetooth, reproducción de audio y gestión de llamadas.

Magic Connect incorpora un sistema de varillas conectadas e intercambiables, que permiten mantener una misma montura y adaptar sus funcionalidades a las necesidades del usuario. Estas gafas suponen un paso adelante en la incorporación de la tecnología al producto óptico, ofreciendo una experiencia de uso más práctica e intuitiva en el día a día

Tele-Graduación

La transformación digital y la innovación son nuestros aliados para transformar el sector óptico ante los retos planteados por los cambios demográficos, la escasez de talento y la creciente demanda de servicios de salud visual.

Estado de Información No financiera

Desde el ejercicio anterior, continuamos desarrollando un sistema de Tele-Graduación, actualmente implantado en 20 centros ópticos y 5 centros auditivos, como una herramienta tecnológica que nos permite reforzar la prestación de servicios, facilitando una atención más flexible y adaptada a las necesidades de nuestros clientes.

Este modelo permite, bajo condiciones muy específicas y controladas, realizar graduaciones a distancia, manteniendo los estándares de calidad y seguridad. Aunque su aplicación es aún limitada, la Tele-Graduación representa un avance significativo dentro de nuestra experiencia tecnológica, y se perfila como una herramienta clave para afrontar los retos del sector en los próximos años.

Audiología

Incógnito: nueva generación de audífonos con Inteligencia Artificial

Continuamos impulsando nuestros audífonos de marca propia con Inteligencia Artificial, comercializados bajo la gama Incógnito. Estos dispositivos incorporan tecnología capaz de adaptarse automáticamente a los distintos entornos sonoros, ajustando su configuración en función del entorno y ofreciendo una experiencia auditiva personalizada y dinámica.

Asimismo, integran conectividad por Bluetooth, permitiendo recibir llamadas y reproducir contenido de audio directamente desde el *smartphone*. Su diseño compacto y prácticamente invisible favorece una experiencia de uso cómoda y discreta, adaptándose al día a día de los usuarios sin comprometer la estética. Con esta solución, continuamos apostando por la innovación tecnológica aplicada a la salud auditiva para mejorar la calidad de vida de las personas.

Afflelou Contigo

Lanzamos este servicio, en colaboración con Vivofácil, para facilitar a nuestros clientes de audición el acceso a prestaciones de teleasistencia, telemedicina, tele farmacia y orientación social.

Transición del uso de pilas a sistemas recargables

Continuamos promoviendo activamente el paso de los audífonos tradicionales con pilas a modelos recargables, una evolución que responde tanto a criterios de sostenibilidad como de accesibilidad. El uso de pilas presenta limitaciones importantes, especialmente para personas mayores con menor destreza manual, lo que puede dificultar su autonomía. Además, la corta duración de las pilas puede dejar al usuario sin servicio.

Estado de Información No financiera

Esta tendencia ya se refleja en el mercado, donde cada vez se venden menos audífonos con pilas, consolidando el cambio hacia soluciones más prácticas y eficientes.

Conectividad avanzada

Los nuevos modelos de audífonos incorporan conectividad con múltiples dispositivos, siempre y cuando el usuario esté de acuerdo, como teléfonos móviles, televisores, aeropuertos o estaciones de tren. Esta integración tecnológica permite a los usuarios mantenerse conectados e informados en todo momento, reforzando su autonomía y calidad de vida.

Digitalización de procesos y servicios

En ALAIN AFFLELOU continuamos avanzando en la digitalización de nuestros procesos con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa, reforzar la trazabilidad de la información y anticiparnos a los nuevos requisitos regulatorios. Durante este ejercicio, las principales iniciativas han sido:

- Adaptación de los sistemas de venta y facturación para garantizar el correcto tratamiento fiscal de determinados productos destinados a personas con discapacidad, facilitando la aplicación de los beneficios fiscales previstos por la normativa vigente.
- Preparación para la implantación de la facturación electrónica, mediante el análisis y adaptación de los procesos financieros para dar respuesta a los futuros requerimientos.
- Seguimiento de los desarrollos asociados al sistema VERIFACTU, anticipando la adaptación de los sistemas de información y los procesos de facturación para garantizar una transición ordenada al nuevo marco regulatorio.

Asimismo, mantenemos la automatización de emisión de las facturas, contribuyendo a la digitalización de los procesos administrativos, mejorando la trazabilidad de la información y facilitando el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

Del mismo modo, mantenemos la automatización de la contabilidad a partir de una solución de extracción inteligente de datos de facturas de proveedores que permite una pre-contabilización automática.

Una oferta comercial que promueve la accesibilidad de productos y servicios

En ALAIN AFFLELOU entendemos que el acceso a soluciones ópticas y auditivas no debe verse limitado por barreras económicas o de disponibilidad. Nuestro objetivo es facilitar que nuestros clientes disfruten de una visión y audición óptimas sin preocuparse por el coste.

Con este objetivo hemos diseñado ofertas que aseguran la comodidad y la flexibilidad, adaptándose a las necesidades individuales de cada cliente. Entre otras:

- “Tchin Tchin” permite desde 1999 adquirir un segundo par de gafas graduadas a un precio reducido. Esta oferta no solo ofrece una solución práctica al permitir que el cliente tenga un par de repuesto para cualquier eventualidad, sino que también brinda la oportunidad de cambiar de estilo con facilidad. En el ámbito de los audífonos, esta campaña permite adquirir una segunda pareja “por solo 1€ más”. Esta promoción ha continuado siendo protagonista en medios *online* y *offline*, con una nueva creatividad centrada en desdramatizar el uso de audífonos y normalizar su adopción.
- “Nextyear” ofrece un plan de financiación flexible que permite a nuestros clientes pagar sus gafas o audífonos en cómodos plazos, sin intereses ni gastos adicionales.
- “Infinity”, un programa que permite renovar los audífonos cada tres años, facilitando el acceso continuado a soluciones auditivas actualizadas, porque el precio no debería ser un freno para la salud.
- Seguro de audífonos, en colaboración con Caser, que busca brindar tranquilidad. Hemos ampliado las coberturas sin ningún coste adicional para el cliente.

Área Social de Alain Afflelou

En ALAIN AFFLELOU España damos un paso más en nuestro compromiso con el acceso a soluciones de salud visual y auditiva para todas las personas. A través del Área Social ofrecemos descuentos de hasta un 15% para personas que no pueden acceder a soluciones estándar con facilidad. Con este objetivo, hemos alcanzado acuerdos de colaboración con grandes instituciones nacionales —como Cruz Roja, FIAPAS, Anpanxoga o la Fundación ONCE—.

La accesibilidad a la salud visual y auditiva se ve reforzada por la labor de la Fundación ALAIN AFFLELOU, que nos permite mejorar la calidad de vida de los sectores más vulnerables de población (tanto en España como a nivel internacional). A través de campañas de comunicación y sensibilización, reforzamos nuestro compromiso con la salud visual y auditiva. Para más información se puede consultar el capítulo 5.4.3 *Sensibilización y asesoramiento profesional*.

Un catálogo diverso y adaptado a las necesidades de los usuarios

Nuestra propuesta de valor supone contar con una amplia y diversa oferta de soluciones capaz de adaptarse a las necesidades de cada persona. Queremos acompañar a nuestros usuarios en sus momentos vitales más importantes con soluciones adaptativas para toda la familia.

Con este objetivo contamos con múltiples productos: lentes de contacto, monturas, lentes graduadas, gafas de sol, audífonos y complementos. Además, dentro de cada gama trabajamos para que cada persona encuentre la solución que se adapte a sus necesidades.

Productos con visión sostenible

En un contexto donde los consumidores muestran un compromiso creciente con la sostenibilidad, en ALAIN AFFLELOU concentramos nuestros esfuerzos en el desarrollo de productos que integran el cuidado de la salud visual con el respeto al medioambiente.

Nuestro compromiso con la sostenibilidad se refleja en la apuesta por la innovación para introducir reducir el impacto asociado a los materiales utilizados en nuestros productos, complementos y embalajes, asegurando al mismo tiempo su calidad y durabilidad. Además, trabajamos para recuperar los productos después de su vida útil y poder darles una segunda vida. Para más información se puede consultar el capítulo 6.4.2 *imitar el impacto ambiental de nuestros productos*.

5.4.3 Sensibilización y asesoramiento profesional

Promover una adecuada salud visual y auditiva va más allá de ofrecer productos y servicios. En ALAIN AFFLELOU trabajamos para sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de la prevención y la detección precoz, fomentando hábitos saludables que contribuyan a mejorar la calidad de vida y a eliminar barreras para las personas con dificultades visuales y auditivas.

A través de la Fundación Alain Afflelou, el voluntariado corporativo y la colaboración con entidades sociales, académicas y del ámbito sanitario, impulsamos iniciativas de sensibilización, prevención, investigación, innovación e inclusión. Este compromiso nos permite contribuir al bienestar de la sociedad, promoviendo que todas las personas puedan ejercer su derecho a ver y oír bien.

La Fundación Alain Afflelou



*Ver y oír bien es un
derecho de todos.
Alain Afflelou*

Desde su creación en 2007, la Fundación ALAIN AFFLELOU impulsa iniciativas que generan un impacto positivo en la sociedad a través de la promoción de la salud visual y auditiva. Durante este ejercicio fiscal ha profundizado en su propósito, tejiendo una red de apoyo estructurada en torno a tres pilares que buscan la prevención, sensibilización y acceso a la salud para mejorar la calidad de vida de miles de personas.

La Fundación se apoya en tres pilares:

Estado de Información No financiera

- Inclusión: llegar allí donde el sistema no alcanza, apoyando a los colectivos más vulnerables.
- Prevención y concienciación: actuar y educar a la sociedad antes de que los daños visuales o auditivos se vuelvan irreversibles.
- Formación e investigación.

Todo este engranaje se mueve impulsado por un único motor y convicción: defender que ver y oír bien es un derecho universal que debe estar al alcance de todos.

Inclusión: cuidado y salud visual y auditiva para colectivos vulnerables

En la Fundación ALAIN AFFLELOU trabajamos para que ninguna persona vea limitada su calidad de vida por falta de acceso a soluciones visuales o auditivas. Para ello, desarrollamos proyectos que facilitan revisiones, diagnósticos y la entrega de gafas y audífonos a colectivos especialmente vulnerables, tanto en España como en otros países.

Volviendo a Ver

Desde la Fundación, en colaboración con la Cruz Roja y HOYA Lens, lanzamos la VI Edición de la campaña Volviendo a Ver. El objetivo de esta iniciativa es facilitar el acceso a la salud visual de personas en situación de vulnerabilidad o riesgo de exclusión social. Volviendo a Ver ofrece una revisión visual completa y, cuando es necesario, unas gafas graduadas adaptadas, eliminando una de las principales barreras para la inclusión social, educativa y laboral.

Durante esta edición, desarrollada entre septiembre de 2025 y junio de 2026, participaron 1.736 personas, de las cuales 1.543 recibieron gafas graduadas, devolviendo la vista y la autonomía a sus usuarios. Las personas atendidas respondían principalmente a beneficiarios de proyectos de extrema vulnerabilidad de Cruz Roja. La iniciativa contó además con la colaboración de ALAIN AFFLELOU y sus equipos profesionales y voluntarios.

El Desierto de los Niños

Durante la Semana Santa de 2026, la Fundación ALAIN AFFLELOU participó, junto con la Asociación El Desierto de los Niños, en esta iniciativa solidaria que acerca la atención visual a comunidades de difícil acceso en Marruecos. Gracias a la colaboración de ópticos-optometristas voluntarios de nuestra red, se realizan revisiones visuales a la población local y, posteriormente, se preparan y entregan gafas graduadas adaptadas a las necesidades detectadas. Asimismo, se distribuyen gafas de sol para contribuir a proteger la salud ocular de la población frente a la elevada exposición solar característica de la zona.

Estado de Información No financiera

Durante la edición de 2026, seis profesionales voluntarios de la red ALAIN AFFLELOU en España, junto con una empleada de nuestra franquicia en Rabat, participaron en una expedición de nueve días que permitió realizar revisiones visuales durante cuatro jornadas en distintas localidades de Marruecos. Como principal novedad de esta edición, la misión alcanzó por primera vez varios pueblos de la cordillera del Atlas, ampliando el alcance geográfico del proyecto. Esta edición ha incorporado además un vehículo híbrido para los desplazamientos, contribuyendo a reducir su impacto ambiental.

Como resultado de esta actuación, se realizaron 789 revisiones visuales, que dieron lugar a la entrega de 430 gafas graduadas y 359 gafas de sol. Desde el inicio de la colaboración, la iniciativa ha contado con la participación de 92 ópticos-optometristas voluntarios y ha permitido mejorar la salud visual de miles de personas mediante la realización de revisiones y la entrega de ayudas ópticas.

Cooperación internacional para dar una segunda vida a las gafas

Colaboramos desde 2015 con Lions Club International, organización que lucha contra la ceguera prevenible. Nuestra red de tiendas en Francia y España, donde cualquier persona puede depositar sus gafas usadas, nos permiten reutilizar y dar una segunda vida a este producto de primera necesidad.

Una vez recogidas, las gafas son clasificadas en el taller y entregadas a nuevos beneficiarios a través de misiones humanitarias llevadas a cabo en todo el mundo por voluntarios y equipos locales. En total, se recibieron 38.754 unidades entre gafas, lentes de sol y monturas, de las que el 36 % recibieron una segunda vida.

En noviembre sellamos un acuerdo logístico con GLS para gestionar la recogida y el envío de gafas desde nuestras ópticas hasta el centro de reacondicionado que Lions Club gestiona en Alicante.

Durante este ejercicio, ALAIN AFFLELOU ha continuado realizando la entrega de gafas en distintas partes del mundo, reforzando su compromiso con el acceso universal a la salud visual. En África, las donaciones han llegado a Marruecos, Guinea-Bissau, Uganda, Mauritania, Senegal, Camerún, Kenia, Argelia. En Latinoamérica y el Caribe, las entregas llegaron a Cuba, Honduras y Venezuela. A lo largo del año, algunos de estos destinos han recibido varios envíos.

Por último, las gafas de sol no vendidas se ponen a la venta en distintos mercadillos solidarios o son donadas en acciones de la Fundación ALAIN AFFLELOU o a otras ONGs, Fundaciones y Asociaciones.

Ilunion Vida Senior

Estado de Información No financiera

Con motivo del Mes de la Audición, celebrado en marzo de 2026, la Fundación ALAIN AFFLELOU renovó por tercer año consecutivo su colaboración con Ilunion Vida Senior, reafirmando nuestro compromiso con la promoción de la salud auditiva entre las personas mayores. En esta edición, dos audiólogas de nuestra red participaron de forma voluntaria en una jornada celebrada en una residencia de Villarrobledo (Albacete), donde realizaron cribados auditivos a nueve residentes.

La iniciativa se completó con una sesión de sensibilización en la que se ofrecieron recomendaciones prácticas para el cuidado de la audición y se puso de relieve la importancia de la detección precoz como herramienta para prevenir el aislamiento social y el deterioro cognitivo asociados a la pérdida auditiva. Desde el inicio de esta colaboración, el proyecto ha beneficiado a 60 personas.

Apoyo al tejido fundacional: construyendo redes de colaboración

La Fundación ALAIN AFFLELOU colabora con otras iniciativas y entidades sociales de referencia para ofrecer productos gratuitos o con un precio asequible a determinados colectivos:

- Asociación L'Entraide: hemos renovado nuestro compromiso con esta entidad, ubicada en Madrid, aportando gafas para su tradicional tómbola solidaria y entregando gafas graduadas a dos de los beneficiarios de sus programas de asistencia social.
- Alianza con Fundación Arrels: junto a nuestro franquiciado Petia Visión, hemos mantenido activa la donación de 12 gafas graduadas para las personas sin hogar que tutela la Fundación Arrels.
- Fundación Adecco: consolidamos nuestra colaboración con la Fundación Adecco con el objetivo de proveer gafas y audífonos a las personas beneficiarias de sus programas de formación, eliminando cualquier barrera sensorial que dificulte su empleabilidad.
- Apoyo internacional: este año, por primera vez, hemos brindado apoyo material a nuestra red internacional a través de la franquiciada belga, Ikrame El Bakkali, respaldando su misión humanitaria en Marruecos con la donación de 200 gafas de sol.
- Donación auditiva en la red: en nuestro afán por no dejar a nadie atrás, la gran capilaridad de nuestra red de establecimientos nos permite ser un sensor de las necesidades reales de la calle. Gracias a ello, este año hemos podido detectar el caso de una persona en situación de vulnerabilidad y proceder a la donación directa de un audífono para mejorar su calidad de vida.
- Fundación Arco Iris y Universidad Complutense: colaboramos con la inserción sociolaboral donando 12 gafas de sol para la rifa navideña de la Fundación Arco Iris (un centro especial de empleo) y facilitamos 200 monturas a la Facultad de óptica de la Universidad Complutense de Madrid para apoyar la formación práctica de los futuros profesionales del sector.

- Grupo Social ONCE. Gracias al acuerdo de colaboración firmado entre la Fundación y el Grupo Social ONCE, aquellos clientes que presenten su tarjeta de miembro de la organización, disfrutan de una reducción del precio de los productos.
- ONG Rescate. Durante este año mantenemos la colaboración con la ONG Rescate, una organización destinada a prestar ayuda a los refugiados, desplazados y, en general, víctimas de conflictos y catástrofes naturales. De este modo, se aplican precios específicos para los usuarios de la asociación, cuyos productos han sido abonados directamente por la ONG.
- Colaboración entre el Servicio Madrileño de Salud y el Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas. Las tiendas de ALAIN AFFLELOU de la Comunidad de Madrid participan en este convenio centrado en la asistencia sanitaria en materia de salud visual a la población menor de 14 años. La iniciativa cubre la entrega de una gafa social básica (graduada, anti reflejante y con índice de refracción bajo). Todas las tiendas propias en la Comunidad de Madrid se encuentran adheridas, y los franquiciados cuentan con la opción de hacerlo en caso de que lo consideren.
- Plan VEO: Desde diciembre de 2025, nuestra red participa en esta iniciativa estatal, impulsada por el Ministerio de Sanidad y dirigida a menores de hasta 16 años, facilitando la tramitación de las ayudas destinadas al acceso a soluciones de corrección visual.
- FIAPAS (Confederación Española de Familias de Personas Sordas) y ALAIN AFFLELOU colaboran para facilitar la inclusión de los miembros de FIAPAS. Como parte de la colaboración, se ha establecido un descuento aplicable a los miembros de FIAPAS, con un ahorro en los dispositivos de audio superior al 15 % sobre el precio original.

Prevención y sensibilización

Uno de los objetivos centrales de la Fundación ALAIN AFFLELOU es sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de cuidar la salud visual y auditiva de todas las etapas de la vida. El reto principal es prevenir el deterioro de la visión y la audición antes de que se conviertan en barreras para el desarrollo personal y social.

Llevamos a cabo campañas de concienciación dirigidas a toda la familia – incluyendo tanto a padres como a hijos o educadores - con el fin de fomentar hábitos saludables desde edades tempranas y generar un impacto positivo en el entorno educativo y familiar.

Entre las actividades que se realizan anualmente, destacan las siguientes:

Salud visual infantil

Estado de Información No financiera

La visión es la ventana que permite a los más pequeños descubrir, aprender y comprender el mundo. Si bien sabemos que el 30 % del fracaso académico está directamente relacionado con anomalías visuales que no han sido detectadas a tiempo, nuestro objetivo va mucho más allá de las aulas: apoyamos el desarrollo integral de la infancia, abarcando tanto el plano interpersonal como el intrapersonal.

Durante este ejercicio hemos lanzado la 26ª edición de la campaña Salud Visual Infantil con el objetivo de promover la detección precoz de problemas visuales y concienciar a las familias sobre la importancia de realizar revisiones periódicas desde edades tempranas. La iniciativa parte de una realidad ampliamente contrastada: muchos niños y niñas no son conscientes de que presentan un defecto visual y, por tanto, no expresan sus dificultades para ver con claridad, lo que puede repercutir en su aprendizaje, desarrollo y bienestar.

Para dar respuesta a esta necesidad, hemos desarrollado un modelo de colaboración que integra a la red de ópticos-optometristas ALAIN AFFLELOU, fabricantes de lentes y monturas, y al conjunto de profesionales de la compañía, con el fin de garantizar el acceso a revisiones visuales y, cuando es necesario, a un primer par de gafas sin coste para los menores de entre 5 y 7 años.

Durante la campaña correspondiente al curso escolar 2025-2026, se realizaron 10.526 revisiones visuales y se entregaron 3.807 gafas graduadas a niños y niñas que las necesitaban. Desde el lanzamiento de esta iniciativa, la Fundación ha llevado a cabo más de 236.000 revisiones visuales y ha entregado más de 135.000 gafas, detectando alteraciones visuales y proporcionando una solución en el 57 % de los casos evaluados.

Sensibilización comunitaria

A lo largo de todo el año hemos mantenido un diálogo constante con las entidades colaboradoras con la Fundación, lanzando campañas destinadas a dar a conocer el Plan Veo impulsado por el Gobierno con el objetivo de facilitar el acceso a gafas y lentillas para menores de 16 años. Además, fomentamos buenos hábitos en salud auditiva, previniendo el deterioro cognitivo y el aislamiento social asociados a la pérdida de audición.

Sensibilización y prevención de salud auditiva en tiendas

La detección precoz de la pérdida auditiva es clave para prevenir su impacto en la calidad de vida y el deterioro cognitivo. Por ello, desde nuestra red de centros promovemos activamente la sensibilización en salud auditiva desde el punto de venta.

Actualmente contamos con 244 puntos de audiología, de los cuales 232 están integrados en ópticas, lo que nos permite aprovechar cada visita para realizar un primer *screening* auditivo. Cuando un cliente acude a un reconocimiento visual, se le ofrece también una evaluación inicial de

Estado de Información No financiera

su audición. En caso de detectar indicios de pérdida auditiva, se le deriva a una audiometría completa, facilitando así una intervención temprana.

Las 3 reglas Afflelou

Esta campaña de sensibilización busca concienciar sobre la importancia de proteger nuestra vista y nuestra audición en el día a día, especialmente en el uso de dispositivos de sonido o pantallas tecnológicas. Fomentamos el conocimiento con consejos sencillos que nos ayudan a proteger nuestra salud:

Tres reglas AFFLELOU para una buena salud Auditiva



Controla el volumen

Con los auriculares recuerda la regla del 60-60: no superes el 60% del volumen máximo y limita el uso a 60 minutos al día.



Vigila el tiempo de exposición al ruido

Si estás expuesto a ruidos intensos, márcate pausas para descansar. Así le das un respiro a tus oídos y evitas la fatiga auditiva.



Protege tus oídos

Protege tus oídos siempre para evitar daños físicos, traumas por ruido e infecciones. Mantén una buena higiene, utiliza tapones homologados y evita introducir en ellos bastoncillos.

Tres reglas AFFLELOU para una buena salud visual



1

DISTANCIA

Evita la visión excesivamente cercana.
Cuanto más cerca utilizamos las pantallas, más trabajo tienen que hacer nuestros ojos para ver bien. La distancia de trabajo recomendada depende del dispositivo que utilizemos. Cuando estemos trabajando en cerca (leyendo, utilizando el móvil, etc.) hacer breves descansos de 20 segundos cada 20 minutos, aprovechando estos descansos para mirar un objeto lejano (a más de 6 metros).



2

TIEMPO

Márcate pausas para descansar la vista.
Un mayor número de horas dedicadas al trabajo en cerca puede favorecer la aparición de la miopía. Se aconseja que los niños menores de 3 años no usen los dispositivos, entre 3 y 6 años los usen como máximo una hora al día, mientras que los niños entre 6 y 12 años no sobrepasen 2 horas.



3

LUZ

Controla los contrastes en la luz ambiente.
El trabajo en ambientes mal iluminados puede favorecer el desarrollo de la miopía, por lo que debemos usar nuestros dispositivos digitales en un entorno bien iluminado; pero evitando incómodos reflejos. Además, se recomienda que los niños realicen actividades al aire libre al menos dos horas al día y al menos 14 horas a la semana para retrasar/evitar la aparición de la miopía.

Formación e investigación: colaboraciones con el sector académico y de investigación

ALAIN AFFLELOU mantiene una estrecha colaboración con la comunidad científica a través de diversos programas de investigación orientados a mejorar la calidad visual y auditiva de toda la sociedad, no solo de los colectivos con menos recursos. Para ello, establecemos acuerdos estratégicos con universidades y centros formativos especializados en salud visual y auditiva, con el fin de impulsar el conocimiento, la investigación y el desarrollo de soluciones que beneficien a un público amplio y diverso. Durante este ejercicio, facilitamos 200 monturas a la Facultad de Óptica de la Universidad Complutense de Madrid para apoyar la formación práctica de los futuros profesionales del sector.

De igual manera, seguimos comprometidos con el proyecto del Barómetro de la Miopía Infantil, en colaboración con la misma universidad, a través del cual analizamos la evolución de los problemas visuales en la infancia.

Voluntariado corporativo

Una sonrisa por Navidad

Promovemos el voluntariado corporativo como una forma de implicar a nuestros profesionales en iniciativas que generen un impacto positivo en la sociedad. Por esto, durante el ejercicio hemos participado, un año más, en la campaña "Una sonrisa por Navidad", desarrollada en colaboración con Cooperación Internacional, con el objetivo de contribuir a que niños y niñas en situación de vulnerabilidad puedan disfrutar de un regalo durante las fiestas navideñas.

La iniciativa permite a los empleados participar de forma voluntaria mediante la compra de regalos o la realización de aportaciones económicas destinadas a su adquisición. Gracias a la implicación de nuestros equipos, durante esta edición se entregaron 40 regalos, alcanzando un total de 187 donaciones desde el inicio de esta colaboración en 2023.

Patrocinios

En ALAIN AFFLELOU entendemos el patrocinio como una herramienta para promover iniciativas que generan un impacto positivo en la sociedad y contribuyen a difundir valores alineados con nuestro propósito. Por ello, colaboramos con proyectos de los ámbitos deportivo, cultural y social que fomentan hábitos saludables, la inclusión y el desarrollo de las personas.

- Deporte: patrocinamos el Club de Rugby del Liceo Francés, el Torneo de Pádel de la Cámara de Comercio Franco-Española y el Festival Nacional de Rugby de San Roque, iniciativas que reflejan valores compartidos con nuestra compañía, como el esfuerzo, el trabajo en equipo y la superación.

Estado de Información No financiera

- Cultura: patrocinamos la Orquesta Sinfónica Camerata Musicalis, con la que desarrollamos acciones de sensibilización para promover la importancia del cuidado de la salud auditiva.
- Social: evento conmemorativo del Día Internacional de la Mujer (8M) organizado por Mujeres & Cía.

ALAIN AFFLELOU realizó una aportación de 1.000,00€ a la Universidad Politécnica de Cataluña.

Asociaciones comerciales y sectoriales

Desde hace años formamos parte de diferentes entidades, entre las que podemos citar:

- ❖ Cámara Franco-Española de Comercio e Industria - La Chambre.
- ❖ Asociación Española del Retail – AER.
- ❖ Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico – FEDAO.
- ❖ Colegio Nacional de Ópticos-Optometristas.
- ❖ Asociación Española de Franquiciadores.
- ❖ Fundación Empresa.
- ❖ Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- ❖ Asociación Española de Fundaciones.
- ❖ FIAPAS – Confederación Española de Familias de Personas Sordas.

5.5. Indicadores clave

Tabla 29. 28 Indicadores Clave de Clientes y Sociedad

	COMPROMISOS	INDICADORES DE RESULTADOS		OBJETIVOS A 31/7/2026	RESULTADOS A 31/7/2025	Cierre de la estrategia (31/7/2026)
CLIENTES Y SOCIEDAD	ACTUAR A DIARIO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN Y LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE	Puntuación NPS de los Clientes	100	≥ 80/100	86 puntos	87 puntos
		Puntuación media de las reseñas en Google	5	≥ 4,5/5	4,84/5 ES	4,85 / 5 ES
	SENSIBILIZAR A LOS CLIENTES Y A LA SOCIEDAD EN MATERIA DE SALUD VISUAL Y AUDITIVA	Al menos una iniciativa por país y año (Salud Visual Infantil)	N.º	Al menos una al año	11.468 revisiones 4.421 gafas donadas	10.526 revisiones 3.807 gafas donadas

Estado de Información No financiera

		Al menos una acción solidaria por país y año	N.º	Al menos una al año	El Desierto de los Niños: 800 revisiones y 650 gafas graduadas y 245 gafas de sol Lions Club: 48.335 gafas, de las cuales se seleccionaron para reacondicionar 14.631	El Desierto de los Niños: 789 revisiones y 430 gafas graduadas y 359 gafas de sol Lions Club: 38.754 gafas, de las cuales se seleccionaron para reacondicionar 14.043
--	--	--	-----	---------------------	--	--

6. Medioambiente

6.1. Estrategia

En ALAIN AFFLELOU entendemos que el cuidado de la salud visual y auditiva está estrechamente ligado a la protección del entorno. Por ello, asumimos el compromiso de desarrollar nuestra actividad de forma responsable, integrando la gestión ambiental en la toma de decisiones y promoviendo un uso eficiente de los recursos a lo largo de nuestra cadena de valor.

Nuestro compromiso de conservación del entorno se integra de forma transversal en nuestra organización a través de la Estrategia de Sostenibilidad de Grupo y de nuestro Código de Conducta, que recoge como principio guía de nuestras actuaciones el respeto por el medioambiente.

En este marco, nuestra Estrategia de Sostenibilidad despliega su compromiso con la gestión ambiental a través de dos compromisos clave:

- *Reducir la huella de carbono de nuestras actividades y nuestra cadena de valor*
- *Limitar el impacto medioambiental de nuestros productos y embalajes durante todo el ciclo de vida.*

De igual manera, hemos mantenido la metodología de trabajo y de actuación en aras de respetar los criterios de sostenibilidad marcados por el ALAIN AFFLELOU. Cuando ha sido posible, se han buscado proveedores locales, en las reformas buscamos reutilizar todos los elementos disponibles posibles, como trasdosados, techos, suelos, escaparates y vidrios todo para colaborar con la disminución de la huella de carbono.

6.2. Gestión de riesgos y oportunidades

De acuerdo con el análisis de Doble Materialidad los principales riesgos asociados al medioambiente se vinculan a la *Gestión de residuos y del final de vida útil de los productos*, siendo también importante para las partes interesadas consultadas el *Ecodiseño de productos, envases y equipos y la Huella de carbono, especialmente la generada por la distribución de los productos*.

Debido a la actividad de ALAIN AFFLELOU España, no se afecta a ningún área ni ecosistema protegido, ni se genera un impacto significativo sobre la biodiversidad.

Para la gestión los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales y la aplicación del principio de precaución ALAIN AFFLELOU España ha renovado durante el presente año su póliza de seguros.

6.3. Políticas

ALAIN AFFLELOU España gestiona sus impactos, riesgos y oportunidades ambientales a través de sus sistemas de calidad y de los compromisos enmarcados en su estrategia de sostenibilidad, que le permite abordar distintas acciones en diferentes campos como residuos, consumos energéticos o la reintroducción de productos y sus materiales tras el fin de su vida útil.

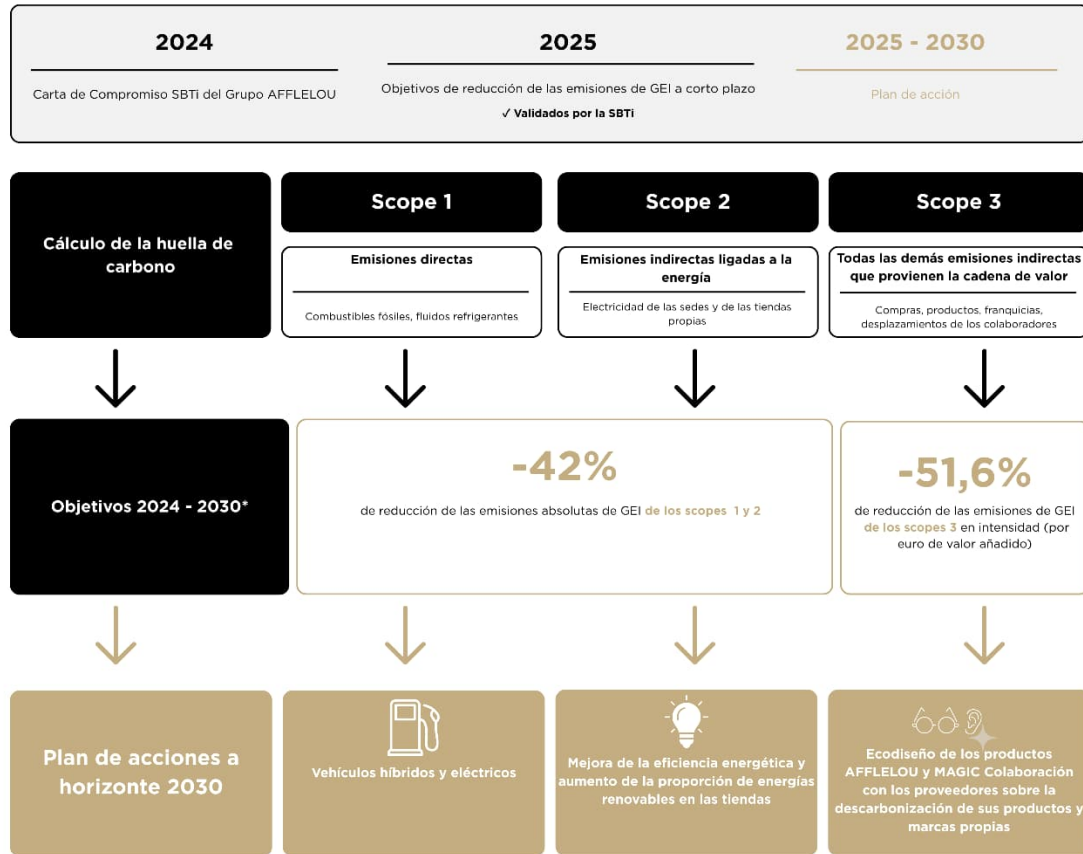
6.4. Acciones

6.4.1. Reducir la huella de carbono de nuestras actividades y nuestra cadena de valor

Durante el ejercicio 2025-2026, en ALAIN AFFLELOU hemos alcanzado un hito clave en el desarrollo de nuestra estrategia climática con la validación por parte de la iniciativa *Science Based Targets* (SBTi) de nuestros objetivos de reducción de emisiones. Esta validación confirma que nuestra hoja de ruta está alineada con la mejor evidencia científica disponible y con el objetivo del Acuerdo de París de limitar el incremento de la temperatura global a 1,5°C.

Este compromiso con un modelo de negocio bajo en carbono marca el inicio de una nueva etapa centrada en la implementación de las medidas necesarias para alcanzar nuestros objetivos de descarbonización. Este proceso implica una transformación progresiva de nuestro modelo de negocio, involucrando a toda nuestra cadena de valor, incluidos empleados, proveedores, franquicias y clientes.

Este hito se enmarca en un proceso de mejora continua desarrollado durante los últimos ejercicios. En 2023 realizamos una primera medición de la huella de carbono en los tres alcances para Francia y España, lo que nos permitió identificar las principales áreas de mejora. Posteriormente, en 2024 implantamos la metodología GHG Protocol y ampliamos el perímetro de cálculo a Bélgica, alcanzando el 95 % del volumen de negocio del Grupo. Asimismo, el ejercicio fiscal 2024 se estableció como año base para el seguimiento de nuestro plan de reducción de emisiones y, durante el ejercicio 2025, hemos cumplido los objetivos de reducción previstos.



Entre las principales iniciativas contempladas en nuestro plan de descarbonización destacan:

- Calcular el impacto ambiental de cada uno de los productos.
- Implementar ecodiseños innovadores.
- Optimizar del transporte de las materias primas y productos, así como de los desplazamientos del personal.
- Reducir los embalajes empleados.
- Incentivar y optimizar la reutilización de los productos.

Durante el ejercicio hemos avanzado en el desarrollo de nuestro Plan de Movilidad Sostenible. Tras analizar los resultados de la encuesta de movilidad realizada a la plantilla de sede, estamos definiendo un plan de acción que permitirá impulsar medidas dirigidas a fomentar una movilidad más sostenible entre las personas trabajadoras. Estas medidas se incorporarán al próximo Convenio Colectivo, reforzando su implantación y contribuyendo al cumplimiento de la normativa vigente en materia de movilidad sostenible y descarbonización.

Estado de Información No financiera

Huella de carbono

La medición de la huella de carbono constituye la base para definir una estrategia de descarbonización eficaz y realizar un seguimiento de los avances alcanzados. Por ello, en ALAIN AFFLELOU calculamos anualmente nuestra huella de carbono conforme a la metodología del GHG Protocol, el estándar internacional de referencia para la cuantificación de emisiones de gases de efecto invernadero. Esta evaluación comprende las principales actividades del Grupo en Francia, España y Bélgica e incluye tanto las emisiones directas (alcance 1) como las indirectas asociadas al consumo energético (alcance 2) y a la cadena de valor (alcance 3).

El análisis contempla las principales etapas del ciclo de vida de nuestros productos y de nuestra actividad, entre las que destacan:

- Producción de equipos ópticos y auditivos. En relación con estos equipos hemos realizado también un Análisis de Ciclo de Vida de diferentes monturas para poder conocer en detalle los procesos que se llevan a cabo en su fabricación.
- Logística, distribución y comercialización.
- Comercialización en tienda.
- Fin de la vida útil del producto.

El informe permite desagregar el impacto en el clima para ALAIN AFFLELOU España:

Tabla 29 30. Datos de emisiones para los alcances 1 y 2

Huella de carbono (Tn CO ₂ eq)		2025/2026	2024/2025	2023/2024
Alcance 1	Fugas de gases refrigerantes	2,31	6,10	13,46
	Transporte por carretera	33,14	52,45	72,92
Alcance 2	Electricidad tiendas propias y oficinas centrales (basada en mercado)	-	-	-
	Electricidad tiendas propias y oficinas centrales (basada en ubicación)	246,62	181,87	-
Total (basado en mercado)		35,45	58,55	97,43
Total (basado en ubicación)		282,06	¹⁹ 240,42	-

¹⁹ Se añade el dato basado en ubicación para establecer comparabilidad con el cálculo de ALAIN AFFLELOU Grupo.

Estado de Información No financiera

Como se puede observar en la tabla, durante este año ALAIN AFFLELOU España continuó reduciendo las emisiones totales calculadas con enfoque de mercado, principalmente como consecuencia de la reducción de la recarga de gases y los consumos de combustibles de flota.

Consumo de energía: mitigación y eficiencia energética

La energía constituye uno de los principales ámbitos de actuación para avanzar en nuestros objetivos de descarbonización. Por ello, en ALAIN AFFLELOU impulsamos iniciativas dirigidas a mejorar la eficiencia energética de nuestras operaciones, reducir el consumo de combustibles fósiles y favorecer el uso de energía procedente de fuentes renovables. Desde agosto de 2022, el 100 % de la electricidad contratada en nuestras oficinas centrales y tiendas propias es de origen renovable, contribuyendo así a la disminución de nuestra huella de carbono.

Tabla 31. 30 Principales consumos de combustibles durante el ejercicio

	2025/2026	2024/2025	2023/2024
Gasolina (L)	15.480	22.145	32.413
Diésel (L)	0	1.409	4.384
Electricidad (MWh) ²⁰	1.773	1.626	1.527
Oficinas centrales	78	64	68
Tiendas propias	1.695	1.563	1.459

Por otro lado, en las localizaciones de ALAIN AFFLELOU hubo un total de 2 recargas de gas refrigerante en equipos de climatización (R32, R410), lo que ha supuesto un total de 1,5 kg de gas, siendo el año pasado 2 recargas que suponían un total de 3,17 kg de gas.

Eficiencia energética

La eficiencia nos permite aumentar nuestra resiliencia y reducir el impacto ambiental de nuestra actividad a través de diferentes acciones:

- Plan de Ahorro Energético: en este ejercicio hemos lanzado una campaña de concienciación dirigida a franquiciados y empleados para incentivar su transición hacia tarifas de energía con garantía de origen 100 % renovable.

²⁰ Consumo de electricidad de AAO, titular de los contratos de electricidad de las oficinas centrales y las tiendas propias.

- Sustitución de las luminarias por bombillas LED: las nuevas aperturas de tiendas ya llevan este tipo de luminaria y procedemos a la renovación de aquellas tiendas donde aún dispongan de bombillas convencionales. Actualmente, esta tecnología se mantiene presente en el 100 % de las tiendas.
- Medidas de eficiencia en oficinas centrales: disponemos de reguladores automáticos de intensidad lumínica, maximizando el empleo de luz natural, menos agresiva para la salud visual de los trabajadores.
- Renovación y sustitución de los equipos convencionales de climatización por soluciones más modernas y eficientes, con un consumo menor.
- Auditorías energéticas: durante el pasado ejercicio fiscal, se llevó a cabo una auditoría de eficiencia energética (realizada cada cuatro años), y que nos ha permitido definir medidas a corto y largo plazo para continuar siendo eficientes en nuestras actividades.

Asimismo, el plan de reducción de emisiones, que entró en vigor en 2023, establece medidas como el fomento de las reuniones telemáticas y del *commuting* sostenible, esto es: promover los desplazamientos a pie y el uso de coche compartido, y bonos de transporte, entre otras acciones. Por ello, durante este ejercicio hemos continuado trabajando en iniciativas como en nuestro Plan de Movilidad Sostenible mencionado anteriormente, como parte de los objetivos de reducción establecidos por la Compañía.

Flota sostenible

Nuestra flota corporativa es uno de los principales focos de consumo energético, que estamos reduciendo gracias a nuestro compromiso con la renovación de los vehículos hacia modelos híbridos. Actualmente, el 100 % de nuestra flota (tanto propiedad como *renting*) está compuesta por vehículos híbridos (81 % el ejercicio anterior). Además, cuando los vehículos cumplen determinados criterios de antigüedad y kilometraje y se encuentra en buen estado, se ofrecen a los empleados a un precio inferior al del mercado, favoreciendo la prolongación de su vida útil. Este esfuerzo, se suma al Plan de Movilidad Sostenible, que contribuirá a disminuir la huella asociada al transporte de nuestros empleados

Compensación de emisiones

Contamos con un acuerdo con Cabify mediante el cual se compensan las emisiones asociadas al transporte de colaboradores. Esta compensación, que durante el ejercicio ha sido equivalente a 396 kg CO₂, se llevó a cabo a través de proyectos de reforestación en la Selva de Urundel (Argentina) o el Parque fotovoltaico Malgaridas (Chile). El ejercicio anterior, se compensó el equivalente a 7 kg de CO₂.

Sensibilización y formación

Alcanzar nuestros objetivos climáticos requiere la implicación de toda nuestra organización, incluidos empleados y franquiciados. Con este propósito, durante este ejercicio hemos continuado reforzando la sensibilización en sostenibilidad a través de distintas iniciativas adaptadas a nuestros equipos. Para el personal de sede, se han desarrollado formaciones específicas por departamento en el marco de nuestra alianza con Pacto Mundial, tal y como se detalla anteriormente.

En el caso de los equipos de tiendas propias y franquiciadas, hemos potenciado nuestra estrategia de los “Días D”, aprovechando la celebración de fechas clave vinculadas a la sostenibilidad, como el Día Mundial del Agua, el Día de la Tierra, el Día Mundial del Medio Ambiente, el Día del Reciclaje, el Día de los Océanos o el Día de la Eficiencia Energética, entre otras. Estas acciones se complementan con la difusión de contenidos divulgativos a través de nuestros canales internos y con la recomendación de formaciones específicas disponibles en AFFLELOU Academy, que permiten profundizar en temáticas específicas.

6.4.2. Limitar el impacto ambiental de nuestros productos y embalajes

En ALAIN AFFLELOU apostamos por un enfoque de ecodiseño transversal, que se aplica a nuestros productos y embalajes. Nuestro objetivo es lograr que una salud visual y auditiva accesible sea compatible con el cuidado de nuestro entorno. Integramos la gestión ambiental como un elemento transversal de nuestra actividad, impulsando iniciativas orientadas a reducir el impacto de nuestras operaciones y productos sobre el entorno.

Ecodiseño de productos, envases y equipos

En ALAIN AFFLELOU continuamos apostando por la investigación y la búsqueda de materiales sostenibles con el objetivo de completar nuestra gama de productos responsable e incorporar los principios del ecodiseño y la economía circular en el desarrollo de nuestras colecciones y materiales.

Productos y complementos

- Utilizamos material de origen biológico en nuestras colecciones MAGIC y Tchin-Tchin. Las monturas de estas colecciones se fabrican con una poliamida G850, un bioplástico derivado del aceite de ricino, que permite una reducción de más del 70 % de las emisiones asociadas a las resinas tradicionales. Además, el ricino es una planta cultivada en zonas semiáridas, por lo que su empleo no contribuye a la deforestación. En el ejercicio 2025-2026 se han fabricado 326.987 monturas y clips con este material, siendo en el año anterior 325.377 monturas y clips.

Estado de Información No financiera

Ilustración 6 Características sostenibles de nuestra gama MAGIC



- Lanzamos MAGIC ECODESIGN, concebida desde los principios de la economía circular. Esta colección incorpora materiales de menor impacto ambiental y el diseño de sus monturas facilita su desmontaje al final de su vida útil, favoreciendo su reciclabilidad y la recuperación de materiales.
- Nuestras lentillas *L'Éphémère Plastic Neutral* reducen su impacto ambiental y la contaminación por plásticos. Junto a nuestro proveedor CooperVision, colaboramos con Plastic Bank para promover la neutralidad en el uso de plástico. Esta alianza nos permite recoger de los océanos la cantidad de plástico equivalente al peso total de los materiales utilizados en las lentes y sus envases.

Trabajamos también para mejorar la sostenibilidad de los complementos que acompañan a nuestros productos:

- Gamuzas. Las gamuzas son, junto a bolsas y fundas, uno de los productos que adquirimos en mayor volumen. Por esto, hemos incorporado gamuzas elaboradas íntegramente con poliéster reciclado (rPET) de alta calidad avalado por la certificación internacional *Global Recycled Standard (GRS)*, promoviendo el uso de materiales reciclados y reduciendo el consumo de materias primas vírgenes sin comprometer la calidad del producto. Asimismo, desde el ejercicio pasado, hemos pasado de un envase en pack de plástico a otro en cartón reciclado.

Estado de Información No financiera

- Las nuevas fundas están caracterizadas por:
 - Exterior de polipiel. Este material permite reducir la utilización del plástico en más del 80 % de la superficie de la funda.
 - Para la elaboración de las fundas se ha contado con la colaboración de un proveedor miembro del SEDEX, cuyos materiales cumplen con la norma ISO 9001.

Materiales en punto de venta y oficinas

Mejoramos el desempeño ambiental de los materiales utilizados en nuestros puntos de venta y oficinas

- Realizamos una auditoría de los soportes empleados en nuestras campañas visuales. A partir del próximo ejercicio iniciaremos la sustitución progresiva de aquellos materiales identificados por alternativas de menor impacto ambiental. Esta iniciativa irá acompañada del seguimiento de la reducción de emisiones asociada, cuyos resultados servirán para orientar las siguientes fases de nuestra estrategia de descarbonización.
- Cambio en la tipología de bolsas. Rediseñamos las nuevas bolsas que comercializan las tiendas empleando bolsas de cartón que producen menos residuos y son más fáciles de reciclar.
- Impulsamos iniciativas destinadas a reducir el consumo de papel, englobadas en nuestro Plan Papel cero (paperless). Entre estas iniciativas promovemos:
 - o Tique digital que permite su registro online sin necesidad de imprimir, a no ser que sea solicitado por el cliente.
 - o Uso de papel de origen reciclado en la oficina y papel certificado 100% reciclado y gestión forestal FSC en las bolsas donde se entregan los productos vendidos.
 - o Sustitución de las tarjetas de visita de los comerciales por tarjetas de visita digitales.

Embalajes sostenibles

Utilizamos bioplástico BD8²¹, un polímero biodegradable sostenible, en los siguientes componentes:

- Bio *lens*: los talcos de presentación de todas nuestras gafas graduadas están elaborados con material BD8. Bajo condiciones idóneas, los productos Bio Lens pueden descomponerse en agua y materia orgánica en unos 5 años, comparado con los 450 años

²¹ En el ejercicio anterior, se proporcionaban datos de Grupo, este año se consigue una mejora del dato reportando datos para ALAIN AFFLELOU España, lo que explica la disminución de la producción de embalajes sostenibles.

de media del plástico convencional. En el ejercicio 2025-2026 se han fabricado más de 827.000 componentes de este material, siendo en el año anterior de 800.000 componentes.

- Bio *polybags*: con el objetivo de seguir reduciendo el impacto ambiental de nuestros embalajes, los estuches suministrados por uno de nuestros principales proveedores se presentan en bolsas de protección (*polybags*) fabricadas con plástico 100 % reciclado posconsumo (PCR). Estas bolsas son, además, completamente reciclables, contribuyendo a fomentar la circularidad de los materiales y a reducir el consumo de plástico virgen.
- Fundas protectoras de varillas: las fundas protectoras de las varillas de las gafas, que se utilizan para evitar daños en su traslado y almacenamiento, están fabricadas también con material biodegradable BD8. En el FY2026 se han fabricado alrededor de 1.239.000 fundas protectoras con este material²², siendo en el año anterior de 1.948.000.

Por último, trabajamos con nuestros proveedores para impulsar su sostenibilidad. Algunos proveedores (OKIA o Japan Optical) cuyos embalajes de papel y cartón han obtenido el certificado FSC, de gestión forestal responsable con la biodiversidad.

Iniciativas de recuperación y reutilización

La recuperación del producto tras su vida útil nos permite su reutilización y reintroducción en nuestra cadena de valor. Desarrollamos distintas iniciativas innovadoras con el objetivo de aumentar la cantidad de productos recuperados:

Logística inversa y reutilización de audífonos

Durante este ejercicio hemos reforzado la colaboración con nuestro principal proveedor de audiolología mediante un sistema de logística inversa que permite la devolución de los audífonos utilizados durante el periodo de prueba, cuando el cliente no formaliza la compra. Este modelo facilita la recuperación de los dispositivos para su posible reintroducción en la cadena de valor, optimizando el uso de recursos y minimizando la generación de residuos electrónicos.

Para ello, hemos implantado un protocolo de gestión de devoluciones que prioriza la recuperación y reutilización de los dispositivos siempre que sus condiciones lo permitan.

Asimismo, trabajamos conjuntamente para reducir progresivamente el volumen de las devoluciones mediante una mejor planificación de las pruebas, una gestión más eficiente del *stock*,

²² 7.796.040 fundas protectoras fabricadas en el FY2024.

Estado de Información No financiera

un mayor uso de dispositivos de demostración permanentes y un seguimiento periódico de los resultados junto con nuestros proveedores.

Como muestra de ello, el número de devoluciones se ha reducido de 135 unidades en junio de 2025 a 54 unidades en junio de 2026.

Colaboración con Grupo Dataeraser para la gestión del material óptico no vendido

Esta colaboración permite la recuperación de todos aquellos componentes y materiales extraídos de nuestros productos que se puedan volver a utilizar. A través este acuerdo se destruyen los clips no vendidos y se busca una segunda vida al resto de materiales.

“Mira por un Mar limpio”



ALAIN AFFLELOU mantiene su compromiso con un océano limpio y sano. Hemos continuado por quinto año con la campaña “Mira por un Mar limpio”, en colaboración con Gravity Wave. Durante este ejercicio hemos alcanzado nuestro ambicioso objetivo de 20 toneladas acumuladas de redes de pesca procedentes del Mediterráneo. Esta meta se ha logrado gracias al 1 % de las ventas de gafas de sol recaudado durante la campaña y a la aportación directa de fondos por parte de ALAIN AFFLELOU para garantizar el éxito del proyecto.

A lo largo del mes de julio se han recogido 5.000 kilogramos de redes de pesca. De esta manera, desde 2020, Gravity Wave ha conseguido evitar al mar y puertos más de 20 toneladas de plástico.

Gestión adecuada de los residuos

ALAIN AFFLELOU realiza grandes esfuerzos para reducir la generación de residuos y asegurar su gestión correcta. Fomentamos dar una segunda vida a aquellos productos que se han quedado obsoletos y buscamos soluciones para dar salida a productos no vendidos en campañas anteriores. Además, incorporamos materiales reciclados que permiten reducir tanto la extracción de materias primas como la generación de residuos y la contaminación generada en ambos procesos.

Estado de Información No financiera

En las oficinas de ALAIN AFFLELOU, hemos conseguido disminuir la generación de residuos con iniciativas como la sustitución de las botellas de agua individuales, que se entregaban a las visitas y personas invitadas, por vasos reutilizables y jarras de agua. Adicionalmente, se han retirado los vasos de plástico, que se han sustituido por otros de papel o cartón.

Trabajamos en la prevención de residuos electrónicos mediante iniciativas dirigidas a prolongar la vida útil de los equipos informáticos:

- Los equipos que quedan obsoletos para el trabajo, pero que aún conservan vida útil — como monitores y ordenadores— se ofrecen a los trabajadores, promoviendo así la reutilización y evitando el desperdicio tecnológico.
- Durante el ejercicio hemos avanzado en la mejora de la gestión de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), iniciando las gestiones necesarias para reforzar la trazabilidad y el adecuado tratamiento de los dispositivos electrónicos comercializados, incluidas soluciones como Magic Connect.

Cuando no es posible la mitigación del residuo, ALAIN AFFLELOU garantiza su correcta recogida, gestión y tratamiento, con el objetivo de reducir al máximo su impacto ambiental.

- Todas las tiendas y oficinas de ALAIN AFFLELOU cuentan con contenedores para la recogida separada de residuos.
- Tanto las tiendas propias como las franquicias disponen de contenedores de recogida de pilas usadas a disposición de todos los clientes.
- Contamos con un sistema de recogida de tóner en tiendas propias.
- *AFFLELOU ACADEMY* ofrece formación acerca del correcto empleo de estos contenedores y el tipo de residuo que puede ir en cada uno de ellos.
- Se han firmado distintos acuerdos con diversos gestores de residuos, que se encargan de recoger los residuos generados y de su correcto tratamiento y reutilización. Esto incluye acuerdos para el tratamiento de los residuos relativos a audífonos y sus pilas (Ecoasimilec), plástico y envases domésticos y comerciales (Ecoembes) y pilas distintas a las de audífonos recogidas en tiendas propias y franquicias, así como Residuos Eléctricos y Electrónicos (RAEES) de la sede (Recyclia).

En cuanto a la gestión del desperdicio alimentario, este no se presenta como un tema material para ALAIN AFFLELOU España. Asimismo, debido al tipo de actividad desarrollada en España, donde no existe actividad industrial, no se han generado residuos relevantes durante el ejercicio.

6.4.3. Gestión del agua

La gestión eficiente del agua, especialmente en entornos de estrés hídrico, es clave para el cuidado del medioambiente. ALAIN AFFLELOU ha desarrollado medidas para garantizar la optimización en el uso sobre este recurso:

- Las nuevas tiendas no disponen de biseladoras, instrumentos empleados en la fabricación de las monturas que consumen gran cantidad de agua para su funcionamiento.
- Retiramos de las biseladoras ópticas en las tiendas donde todavía se mantienen.
- Mejoramos la eficiencia en tareas de limpieza, tanto en tiendas como oficinas.

En el ejercicio 2025-2026 se han consumido 5.283 m³, procedente en su totalidad del suministro municipal. Este consumo ha sido un 17 % inferior al reportado el ejercicio anterior (6.348 m³).

6.5. Indicadores clave

Tabla 32. 31 Indicadores Clave de Medioambiente

	COMPROMISOS	INDICADORES DE RESULTADOS		OBJETIVOS A 31/7/2026	RESULTADOS A 31/7/2025	Cierre de la estrategia (31/7/2026)
MEDIOAMBIENTE	REDUCIR LA HUELLA DE CARBONO DE LAS ACTIVIDADES Y DE LA CADENA DE VALOR	Compromisos de reducción de emisiones a corto plazo, de acuerdo con la metodología SBTi		Objetivo por definir, previsto para el ejercicio 2025	En curso	Validados
	LIMITAR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DE LOS PRODUCTOS Y EMBALAJES A LO LARGO DE SU CICLO DE VIDA	% de productos de marca propia ALAIN AFFLELOU «eco diseñados»	%	Objetivo por definir	94,2% de los clips fabricados con G850	41,2%

7. Proveedores y productos

7.1. Estrategia

Los proveedores de ALAIN AFFLELOU son un aliado estratégico y desempeñan un papel esencial en la calidad, innovación y sostenibilidad de nuestros productos y servicios. Trabajamos con ellos para promover prácticas responsables y ofrecer soluciones que contribuyan a mejorar la salud visual y auditiva de nuestros clientes.

Cuidar la relación con nuestros proveedores es un pilar esencial dentro de nuestra Estrategia de Sostenibilidad que establece dos objetivos fundamentales:

- *Garantizar la calidad y la seguridad de nuestros productos y servicios.*
- *Desarrollar relaciones responsables con nuestros proveedores.*

7.2. Gestión de riesgos y oportunidades

De acuerdo con el análisis de Doble Materialidad el riesgo material asociado a productos y proveedores es la *Relaciones duraderas con los proveedores*, siendo también importante la *Evaluación de las prácticas sociales y ambientales de los proveedores, incluyendo el respeto de los derechos humanos*.

7.3. Políticas

Desde 2021 contamos con un Código de Conducta de Proveedores que establece un marco de principios que deben ser cumplidos por todos los proveedores, contratistas y subcontratistas asociados a ALAIN AFFLELOU.

Este Código abarca una amplia gama de directrices, como:

- Cumplimiento de la legalidad.
- Respeto de los derechos humanos.
- Integridad y transparencia en la actuación.
- Protección del medioambiente.
- Calidad y Seguridad del producto.
- Lucha contra la corrupción y el soborno.
- Protección de la información.
- Comportamiento ético y honrado.

Además, el Código de Conducta de Grupo, actualizado en el ejercicio 2025-2026 establece el compromiso de todos nuestros socios comerciales con el respeto de los derechos laborales y el trato digno a las personas, exigiendo la igualdad de oportunidades y rechazando cualquier forma de discriminación, violencia, explotación, acoso o maltrato.

Tanto el Código Ético de Proveedores como el nuevo Código de Conducta de Grupo se encuentran publicados en la página web de ALAIN AFFLELOU.

Política de Compras y Homologación de Proveedores

Durante el ejercicio 2025-2026 se ha aprobado y publicado la nueva Política de Compras y Homologación de Proveedores, con el objetivo de reforzar la estandarización de los procesos de compra y los criterios de selección, evaluación y homologación de proveedores. La Política establece un marco común para la gestión de las compras, promoviendo la trazabilidad, la transparencia y la consideración de riesgos financieros, comerciales, medioambientales y de *compliance* en los procesos de contratación, en línea con las políticas de cumplimiento y sostenibilidad de la Compañía.

Asimismo, se ha implantado una Carta Ética de Grupo para Proveedores, que se incorpora como anexo a todos los nuevos contratos suscritos con proveedores, garantizando que los proveedores conozcan y acepten expresamente los valores y compromisos que rigen la actuación del Grupo.

7.4. Acciones claves

7.4.1 Garantizar la calidad y la seguridad de los productos y servicios

En ALAIN AFFLELOU entendemos que la calidad de nuestros productos y servicios comienzan en una gestión responsable de nuestra cadena de suministro. Por ello, la selección y homologación de proveedores constituye un elemento clave de nuestra cadena de valor. Evaluamos la capacidad de los proveedores de cumplir con los requisitos técnicos, de calidad y de sostenibilidad establecidos por la compañía, garantizando que los productos y servicios suministrados respondan a nuestros estándares y a las expectativas de nuestros clientes.

Como novedad de este ejercicio, hemos elaborado un Protocolo de Continuidad de Suministro y Gestión de Proveedores, con el objetivo de establecer un marco claro y homogéneo que nos permita anticipar, gestionar y mitigar riesgos en la cadena de suministro, garantizando la continuidad del negocio y evitando situaciones que puedan interrumpir nuestra actividad.

Desde el ejercicio anterior, gestionamos la homologación y el seguimiento de nuestros proveedores a través de la plataforma Encodify, una herramienta que centraliza el proceso de

evaluación y facilita la trazabilidad de la documentación asociada al cumplimiento normativo, la protección de datos, la prevención del blanqueo de capitales y otros criterios de sostenibilidad.

Asimismo, para aquellos proveedores de mayor tamaño, el proceso incorpora la recopilación de información relativa a sus políticas y actuaciones en materia de derechos humanos y medioambiente, reforzando la integración progresiva de criterios ESG en la gestión de la cadena de suministro.

7.4.2 Desarrollar relaciones duraderas con los proveedores

En ALAIN AFFLELOU mantenemos una filosofía de colaboración a largo plazo con nuestros proveedores, basada en la confianza mutua, la responsabilidad compartida y la mejora continua. Esta estrategia nos permite construir relaciones estables y sostenibles con socios que comparten nuestros valores y altos estándares de calidad.

La colaboración y apoyo mutuo y el diálogo son claves para fomentar la confianza, conocer las necesidades del mercado y responder con agilidad a las demandas cambiantes de los clientes. La conexión con nuestra cadena de suministro nos permite implementar mejoras con agilidad y asegurando que los productos lleguen a tiempo y con la calidad esperada.

En línea con este compromiso, durante este ejercicio hemos iniciado conversaciones directas con los responsables de Sostenibilidad y Calidad de nuestros proveedores estratégicos (*core*). Este intercambio nos permite afinar la recolección de datos primarios, mejorar la precisión de nuestros cálculos de huella de carbono y explorar sinergias para la descarbonización conjunta de los productos.

Para mantener este diálogo continuo, utilizamos diversos canales de comunicación: como el correo electrónico, líneas telefónicas y reuniones tanto presenciales como *online*.

Evaluación de las prácticas sociales y ambientales de los proveedores

Buscamos alianzas estables con socios que compartan nuestros valores y nuestra visión de la sostenibilidad. Impulsamos que nuestros proveedores adopten y respeten los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Estos estándares nos permiten construir relaciones de confianza y fomentar un entorno laboral justo y seguro en toda nuestra cadena de suministro.

7.5. Indicadores clave

Tabla 32 33. Indicadores Clave de Proveedores y Producto

	COMPROMISOS	INDICADORES DE RESULTADOS		OBJETIVOS A 31/7/2026	RESULTADOS A 31/7/2025	Cierre de la estrategia (31/7/2026)
PROVEEDORES Y PRODUCTOS	GARANTIZAR LA CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	< x% de reclamaciones de productos AA al servicio posventa (por definir)	%		0,91% (monturas de marca propia + gafas de sol + clips)	1,16%
	DESARROLLAR RELACIONES RESPONSABLES CON LOS PROVEEDORES	x% de los proveedores se han adherido al código de conducta	%	99%	100%	100%

ANEXO I. TABLA CORRESPONDENCIA LEY DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

LEY 11/2018		Número de página(s)
ASPECTOS GENERALES		
Modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio del Grupo (entorno empresarial y organización)	Pg. 9-11
	Presencia geográfica	Pg. 7
	Objetivos y estrategias de la organización	Pg. 11-12 Pg. 22-26
	Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	Pg.16-18
Materialidad	Materialidad	Pg. 19-21
General	Si la compañía da cumplimiento a la ley de información no financiera emitiendo un informe separado, debe indicarse de manera expresa que dicha información forma parte del informe de gestión	Pg. 5
	Mención en el informe al marco de <i>reporting</i> nacional, europeo o internacional utilizado para la selección de indicadores clave de resultados no financieros incluidos en cada uno de los apartados	Pg. 5
Enfoque de gestión	Descripción de las políticas que aplica el Grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado	Pg. 103-105
	Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados	Pg. 103-105
	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del Grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el Grupo gestiona dichos riesgos,	Pg. 103-105

LEY 11/2018		Número de página(s)
	explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo	
ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES		
Gestión medioambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	Pg. 102-104
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Pg. 102-106
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	Pg. 102
	Aplicación del principio de precaución	Pg. 102
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	No se han identificado riesgos ambientales derivados de forma directa de la actividad de AAO.
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afecten gravemente el medio ambiente (incluyendo también ruido y contaminación lumínica)	Pg. 102-106
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	Pg. 107-110
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	No material.
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	Pg. 113
	Consumo de materias primas	La Compañía no fabrica directamente sus productos, por lo que no tiene información relativa a las materias primas
	Consumo, directo e indirecto, de energía	Pg. 105
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	Pg. 105
	Uso de energías renovables	Pg. 105
Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado	Pg. 104

LEY 11/2018		Número de página(s)
	de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	Pg. 102-104
	Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	Pg. 102-104
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	Pg. 111
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	Pg. 111
ASPECTOS SOCIALES Y RELATIVOS AL PERSONAL		
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	Pg. 72-75
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, contratos temporales y contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	Pg. 72-75
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	Pg. 75
	Remuneraciones medias y evolución desagregada por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	Pg. 52
	Brecha salarial, la remuneración por puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	Pg. 52
	Remuneración media de los consejeros (incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago de los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción) desagregada por sexo	AAO carece de consejeros al estar administrado por una persona física que actúa como representante del Accionista Único de la Sociedad (F2L, S.A.S.). Esta persona es la Consejera Delegada de AAE, que no percibe remuneración alguna por su función como administradora de AAO.
	Remuneración media de los directivos (incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago de los sistemas de previsión de ahorro a largo	Debido a que solo existe un directivo, por motivos de

LEY 11/2018		Número de página(s)
	plazo y cualquier otra percepción) desagregada por sexo	confidencialidad, no se reporta este dato
	Implantación de políticas de desconexión laboral	Pg. 66
	Empleados con discapacidad	Pg. 65
Organización del trabajo	Organización de tiempo de trabajo	Pg. 66
	Número de horas de absentismo	Pg. 70
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	Pg. 64
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad	Pg. 68-71
	Número de accidentes por sexo	Pg. 70
	Tasa de frecuencia por sexo	Pg. 70
	Tasa de gravedad por sexo	Pg. 70
	Enfermedades profesionales por sexo	Pg. 70
Relaciones sociales	Organización del diálogo social incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	Pg. 68
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación	Pg. 66-68
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	Pg. 68
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	Pg. 68
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	Pg. 56-61
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Pg. 56-57
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Medidas implementadas para favorecer la accesibilidad de las personas con discapacidad, tanto de los empleados con discapacidad a su puesto de trabajo como de terceras personas a los servicios, productos e instalaciones de la empresa.	Pg. 64-65
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	Pg. 61-63
	Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	
	Integración de las personas con discapacidad	
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	
DERECHOS HUMANOS		

LEY 11/2018		Número de página(s)
Información sobre el respeto de los Derechos Humanos	Aplicación de procedimientos de debida diligencia en materia de Derechos Humanos	Pg. 40-41
	Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Pg. 40-41
	Diligencia debida en materia de derechos humanos	Pg. 40-41
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva	
	Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	Pg. 40-41
	Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	Pg. 40-41
	Abolición efectiva del trabajo infantil	
CORRUPCIÓN Y SOBORNO		
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	Pg. 34
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Pg. 34
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	Pg. 98
SOCIEDAD		
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	Pg. 91-100
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	Pg. 91-100
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	
	Acciones de asociación o patrocinio	Pg. 98
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	Pg. 114-117
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	

LEY 11/2018		Número de página(s)
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	Debido a la actividad de la compañía, este aspecto no aplica.
	Sistemas de reclamación	Pg. 86
	Quejas recibidas y resolución	Pg. 86
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país	En 25/26: 3.896 miles de Euros (1.559 miles de euros en 24/25)
	Impuestos sobre beneficios pagados	En 25/26: 726 miles de Euros (682 mil euros en 24/25)
	Subvenciones públicas recibidas	En 25/26: 13.918 euros por bonificaciones por cursos. (No se recibieron subvenciones en 24/25).