



NUESTRO VIAJE RESPONSABLE

2024

Informe de acontecimientos destacados

BIENVENIDA

Le damos la bienvenida al informe «Nuestro viaje responsable», donde presentamos los acontecimientos más destacados de Samsonite en 2024. El objetivo de este informe es compartir con usted nuestros esfuerzos y el trabajo que estamos llevando a cabo para reforzar y ejecutar nuestra estrategia para consolidar nuestra empresa como un negocio más sostenible, resiliente y comprometido. A lo largo del documento, destacamos las lecciones, los logros y los avances más importantes que hemos conseguido a lo largo del camino, como reflejo del liderazgo y la dedicación de nuestros equipos en todas las regiones y marcas.

Queremos dar las gracias a todos los empleados, proveedores y socios que nos acompañan en esta aventura.

Si desea conocer más detalles, le invitamos a seguir leyendo el informe completo «Nuestro viaje responsable» de 2024 que puede consultar aquí: corporate.samsonite.com/en/sustainability.



«Al implementar programas estratégicos a gran escala y reforzar la colaboración con nuestros proveedores y socios, estamos asentando unas bases sólidas que sitúan a Samsonite en una posición privilegiada para seguir creciendo de forma sostenible y responsable».

Kyle Francis Gendreau
Director General y CEO

«Juntos, hemos afianzado nuestra visión para 2030 y logrado avances significativos en múltiples áreas. Es un orgullo ver cómo nuestros equipos han hecho suyo este nuevo enfoque, aportando energía, compromiso y trazando planes claros para alcanzar los objetivos en cada una de nuestras marcas y regiones».

Marina Dirks
Vicepresidenta, Directora Global de Sostenibilidad

OUR RESPONSIBLE JOURNEY – HITOS CLAVE



Cuando Jesse Shwayder fundó Samsonite en Denver (Colorado), adoptó la «Regla de oro» como principio guía de la empresa: «Trata a los demás como te gustaría que te trataran a ti»

1910



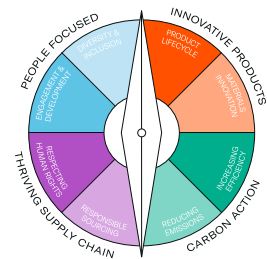
Teniendo como prioridad la durabilidad, lanzamos Silhouette, una maleta con herrajes empotrados para proteger mejor el interior del desgaste

1958



Presentamos nuestro primer producto elaborado con poliéster reciclado procedente de botellas de plástico. Desde entonces, hemos ampliado su uso a los forros y tejidos exteriores

2018



NUESTRO VIAJE RESPONSABLE

Lanzamos la estrategia de sostenibilidad de Samsonite, «Nuestro viaje responsable», junto con nuestros objetivos para 2025 y 2030

2020

Conseguimos utilizar electricidad 100% renovable¹ como única fuente de energía en todas las tiendas, fábricas, centros de distribución y oficinas, tanto en las nuestras propias como en las que operamos, dos años antes del objetivo previsto

2023

Lanzamos los primeros productos con aluminio reciclado en el asa y la carcasa exterior

Fijamos objetivos climáticos basados en la ciencia: mantener el uso de electricidad 100% renovable en nuestras operaciones, reducir un 42% las emisiones de alcance 1 y 2 para 2030 (tomando 2023 como año base) y reducir un 52% las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de alcance 3 asociadas a la compra de bienes y servicios para ese mismo año²

2024



1941

Registramos la marca «Samsonite», inspirada en la figura bíblica de Sansón, como símbolo de fuerza y durabilidad

Samsonite



2017

Publicamos nuestro primer informe ESG



2019

Lanzamos la primera maleta Samsonite con carcasa exterior hecha con polipropileno reciclado posconsumo, que reutiliza residuos domésticos como envases de yogur para su fabricación



2021

Pusimos en marcha el primer programa piloto de recogida de maletas usadas en Bélgica y los Países Bajos, una iniciativa que desde entonces repetimos cada año



¹ Mediante la combinación de generación de electricidad a partir de energía solar en nuestras instalaciones, la participación en programas de energía verde y la compra de certificados de energía renovable (REC).
² Calculado a partir del año base 2022, según una base de intensidad por unidad de beneficio bruto, que se define como toneladas métricas de emisiones de dióxido de carbono equivalente (CO₂e) asociadas a la compra de bienes y servicios durante cada ejercicio fiscal, divididas entre el beneficio bruto de la empresa en ese mismo período.

NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

Nuestro objetivo corporativo

Inspirar una vida de viajes que contribuyan al progreso del mundo.

Nuestra visión de la sostenibilidad

Aprovechar nuestra posición de liderazgo para abrir camino hacia un futuro más sostenible en nuestro sector.

Nuestro viaje responsable

En 2020 lanzamos nuestra estrategia integral de sostenibilidad, Nuestro viaje responsable, basada en más de 115 años de historia y espíritu innovador. Esta estrategia actúa como una brújula que guía nuestras decisiones de cara a 2030 y nos marca el rumbo para alcanzar nuestros objetivos a largo plazo. En 2022, redefinimos el enfoque de esta estrategia para centrarnos en tres pilares principales: producto, planeta y personas; respaldados en todo momento por una base sólida de buena gobernanza. En 2023, llevamos a cabo una evaluación de doble materialidad para confirmar cuáles son nuestras áreas de mayor impacto y los principales riesgos asociados. También dedicamos tiempo a revisar nuestras metas y reforzar la solidez y la responsabilidad de los procesos que impulsan el avance hacia nuestros objetivos, tanto a nivel de marca como en cada región. Este trabajo ha continuado a lo largo de 2024.

Seguiremos perfeccionando la estrategia y definiendo los objetivos para asegurarnos de que están alineados con nuestra visión de futuro.



RECONOCIMIENTO

TIME

World's Best Companies in Sustainable
Growth 2025

N.º 40 de 500 empresas
N.º 2 en la categoría «Minoristas, mayoristas y bienes de consumo»

MSCI

CALIFICACIÓN ESG



CCC B BB BBB A AA AAA

Mejora de la calificación A

CDP

Puntuación climática B

PRODUCTO

OBJETIVOS Y PROGRESO EN 2024

MATERIALES SOSTENIBLES

Aumentar el uso de materiales con credenciales sostenibles en nuestros productos y embalajes para reducir nuestro impacto ambiental.

PROGRESO EN 2024

En 2024, aproximadamente el **40%** de nuestras ventas netas provinieron de productos que incorporaban algún tipo de material reciclado, frente al 34% registrado en 2023.

SOSTENIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS

Mejorar de forma continua la sostenibilidad de nuestros productos mediante la innovación en el diseño y la aplicación de principios de circularidad, a la vez que se reducen las emisiones de carbono y los residuos. Este enfoque se centra en el uso de materiales sostenibles, la durabilidad, la posibilidad de reparación, el final de la vida útil del producto y su huella ambiental.

PROGRESO EN 2024

Profundizamos aún más en las áreas clave del marco de sostenibilidad de nuestros productos. Desarrollamos planes concretos para la integración de los materiales reciclados en nuestros productos de cara a 2030.

Nuestro enfoque

La sostenibilidad de los productos es un aspecto fundamental de nuestros esfuerzos de sostenibilidad: es nuestra máxima prioridad. Además, somos conscientes de que la sostenibilidad cada vez es más importante para nuestros clientes y, por ello, queremos facilitarles la elección de opciones más sostenibles dentro de nuestras marcas, sin que ello suponga renunciar a la calidad, el rendimiento o el diseño.

El producto más sostenible es el que dura. Diseñar artículos duraderos, funcionales, de alta calidad y fáciles de reparar, en lugar de sustituir, es parte de nuestra filosofía desde hace décadas.

En el caso de las maletas y bolsos, el último estudio de percepción de marca¹ que hemos llevado a cabo confirma que la durabilidad es la característica de sostenibilidad más valorada por los consumidores, seguida de la capacidad de reparación y la utilización de materiales reciclados para la fabricación.

Estamos plenamente comprometidos con acelerar y ampliar el uso de materiales más sostenibles en nuestros productos y embalajes, conservando la durabilidad de los productos mientras avanzamos hacia soluciones más circulares y nos alejamos progresivamente de las materias primas vírgenes y reducimos nuestra huella de carbono.

Avances en nuestro Marco de Sostenibilidad de los Productos

En 2024, presentamos nuestro nuevo Marco de Sostenibilidad de los Productos, centrado en tres áreas principales: materiales sostenibles, circularidad y huella del producto. Todos los productos se clasifican en «Fundamentales» o en de uno de los tres niveles más exigentes. Cada nivel debe cumplir unos criterios cuantitativos en cuanto a los atributos de sostenibilidad de los productos, que van aumentando a medida que los productos ascienden de nivel.

Después de un detallado trabajo de planificación en el que hemos establecido pasos concretos para aumentar el uso de materiales reciclados, uno de los puntos clave de 2025 será la reparabilidad.

Marco de Sostenibilidad de los Productos



¹ Estudio de marca IPSOS 2024 encargado por Samsonite Group S.A. En el estudio participaron hombres y mujeres mayores de 18 años que viajan al menos una vez al año (con pernocta) y que han comprado algún producto en los últimos 3 años o tienen previsto comprar maletas o bolsos en el próximo año. La encuesta se llevó a cabo en 12 países de cuatro regiones y se realizaron unas 1000 entrevistas en línea en cada país, en noviembre de 2024.

ACONTECIMIENTOS DESTACADOS DE 2024

Búsqueda de nuevas fuentes de materiales reciclados

Lanzamos la maleta Samsonite Octolite en Asia-Pacífico, con una carcasa exterior (en su versión verde) fabricada con al menos un 50% de rPP¹ procedente de tambores de lavadoras usadas. El forro interior y las cremalleras están fabricados al 100% de rPET², procedente de botellas de plástico recicladas posconsumo. Además, identificamos una nueva fuente de rPC³ de alta calidad que se obtiene de garrafas de agua reutilizadas.



Aluminio reciclado

Lanzamos nuestros primeros productos fabricados con aluminio reciclado: la colección ESSENS de edición limitada de Samsonite y la colección 19 Degree de TUMI en aluminio.

Cómo escalamos soluciones sostenibles – Ejemplo: contenido reciclado

Innovación y pruebas piloto

Contamos con una larga trayectoria en innovación y aprovechamos nuestra experiencia para seguir ampliando los límites del equipaje sostenible.

Desde hace años, trabajamos por encontrar formas de **incorporar materiales reciclados** en nuestros productos sin renunciar a las exigencias de durabilidad. En 2018, lanzamos la colección Samsonite Eco-Collection, una línea elaborada con materiales reciclados.

Crecimiento a escala y comercialización

Gracias a nuestra dimensión global, podemos expandir significativamente nuestro impacto al aplicar las innovaciones a los millones de productos que vendemos cada año.

En 2024, aproximadamente el **40% de nuestras ventas netas** procedieron de productos fabricados con materiales reciclados.

Directrices sobre materiales sostenibles

Desarrollamos nuestra primera guía de materiales sostenibles, en la que definimos las directrices para abordar los riesgos de sostenibilidad más importantes asociados a los materiales principales que utilizamos para fabricar nuestros productos, entre los que se incluyen distintos tipos de plástico, metales, cuero y materiales de embalaje.

Reparabilidad

Hemos iniciado el desarrollo de un enfoque unificado a nivel global para medir la reparabilidad de nuestros productos. En Europa, las mejoras en el diseño y una mayor eficiencia en la distribución de piezas de repuesto han permitido que cada vez se realicen más reparaciones directamente en tiendas mayoristas y minoristas. Nuestra plataforma SupportandGo ha ayudado a muchos clientes a hacer sus propias reparaciones en casa, una tendencia que gana fuerza por su practicidad y alarga la vida útil del producto. La distribución de piezas de repuesto es clave en este cambio, ya que las reparaciones en tiendas o realizadas directamente por los consumidores son cada vez más habituales.

Samsonite ESSENS Edición Limitada

Recuperamos 2500 maletas usadas y las integramos en una edición limitada de la colección Samsonite ESSENS, fabricada en nuestras instalaciones de Oudenaarde (Bélgica). El contenido reciclado de cada unidad alcanzó al menos el 70% de su peso y, tras el lanzamiento, las 1000 unidades a la venta se agotaron en menos de dos meses.



¹ rPP (polipropileno reciclado).

² rPET (tereftalato de polietileno reciclado).

³ rPC (policarbonato reciclado).

PLANETA

OBJETIVOS Y PROGRESO EN 2024

ENERGÍA RENOVABLE

Mantener un consumo anual de electricidad 100% renovable.

PROGRESO EN 2024

Mantuvimos el uso de electricidad 100% renovable en nuestras tiendas, fábricas, centros de distribución y oficinas¹.

REDUCCIÓN DE LA EMISIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

Reducir las emisiones de alcance 1 y 2 un 42% para 2030, tomando como base el año 2023. En línea con los requisitos establecidos para los objetivos climáticos a corto plazo basados en la ciencia.

PROGRESO EN 2024

Redujimos en un 38% las emisiones de alcance 1 y 2 con respecto a 2023. También redujimos la intensidad de carbono de nuestras operaciones en un 91% en comparación con 2017, superando con creces el objetivo del 15% que habíamos fijado para 2025.

EMISIONES EN LA CADENA DE VALOR

Reducir las emisiones de alcance 3 derivadas de la compra de bienes y servicios un 52% para 2030, en base a la intensidad por unidad de beneficio bruto, tomando como año de referencia el 2022². En línea con los requisitos establecidos para los objetivos climáticos a corto plazo basados en la ciencia.

PROGRESO EN 2024

En términos de intensidad por producto vendido, las emisiones de alcance 3 disminuyeron un 16,5% entre 2022 y 2023. Si se obtiene el valor normalizado en función de los ingresos, la reducción de las emisiones de alcance 3 en nuestra cadena de valor fue del 20,5% en el mismo período³.

¹ Lo conseguimos mediante la generación de electricidad a partir de energía solar en nuestras propias instalaciones, la participación en programas de energía verde y la compra de Certificados de Energía Renovable (REC).

² El año 2022 es el último ejercicio para el que se disponía de datos sobre las emisiones de alcance 3 en el momento en que se presentaron los objetivos a la SBTi para su validación.

³ Los datos sobre las emisiones de alcance 3 se comunican con un año de retraso para garantizar su precisión, ya que de esta forma se pueden calcular en base a los datos reales de la empresa y minimizar el uso de estimaciones.

Nuestro enfoque

A lo largo de 2024, reforzamos aún más nuestros esfuerzos en materia de gestión energética, mitigación del cambio climático y adaptación climática. En 2023, conseguimos por primera vez utilizar electricidad 100% renovable en todas las tiendas, fábricas, centros de distribución y oficinas, tanto las nuestras propias como las que operamos, dos años antes del objetivo previsto. Este logro se consiguió mediante una combinación de generación de electricidad a partir de energía solar en nuestras instalaciones, la participación en programas de energía verde y la compra de Certificados de Energía Renovable (REC). Además, continuamos implementando proyectos de eficiencia energética en nuestras instalaciones, como la renovación de los sistemas de iluminación LED, la mejora de los sistemas de climatización, ventilación y aire acondicionado (HVAC) y la optimización de los procesos industriales.

Para reducir las emisiones de la cadena de valor y disminuir el impacto de los gases de efecto invernadero (GEI) de nuestros productos, estamos ampliando el uso de materiales reciclados, incluidos plásticos y aluminio reciclado.



Fijación de objetivos climáticos basados en la ciencia

Anunciamos un nuevo conjunto de objetivos climáticos basados en los criterios establecidos por la **Science Based Targets initiative (SBTi)**, organización de referencia a nivel mundial. Presentamos estos objetivos a la SBTi en octubre de 2024 y recibimos su validación en marzo de 2025. Antes de formalizar estos compromisos, nuestros equipos definieron planes concretos para la reducción de emisiones relacionadas con los materiales, así como planes de acción específicos por región para contribuir al objetivo común de 2030. Nuestra estrategia se centra principalmente en dos áreas: mantener un consumo de electricidad 100% renovable¹ e incorporar mayor cantidad de materiales reciclados en nuestros productos.

ACONTECIMIENTOS DESTACADOS DE 2024

Operaciones propias: emisiones de alcance 1 y 2

En 2024, nuestras emisiones de alcance 1 y 2 fueron de 2659 toneladas métricas de CO₂e, lo que representa una reducción del 38% con respecto a los niveles de 2023. Para lograr este avance, mantuvimos un consumo de electricidad 100% renovable¹ y pusimos en marcha varias iniciativas de eficiencia energética en nuestras operaciones:

Energía solar in situ

Ampliamos las instalaciones solares del centro de fabricación y distribución de Nashik (India) y del centro logístico de Vidalia (Georgia, EE. UU.).

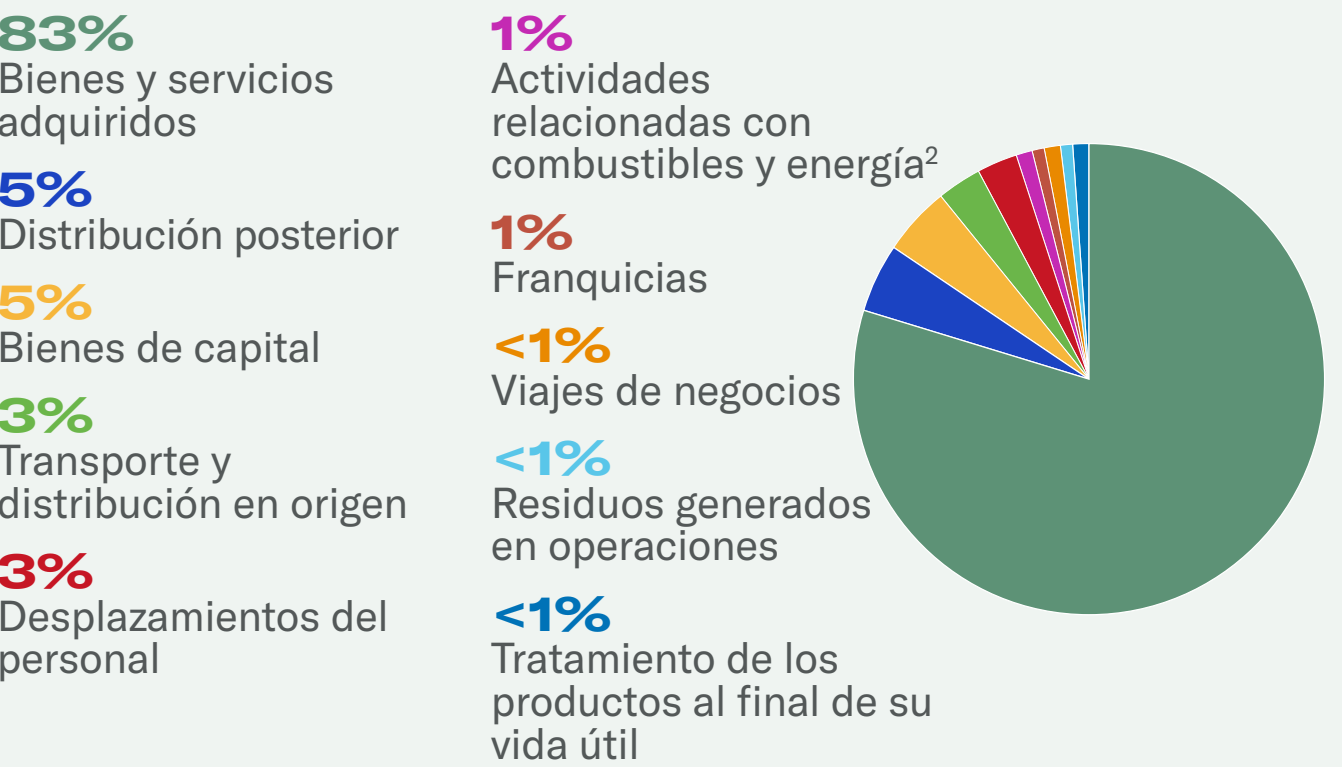
Eficiencia energética

Instalamos un nuevo sistema de climatización (HVAC) en nuestro centro de distribución de Jacksonville (Florida, EE. UU.), con lo que reemplazamos 14 unidades antiguas por otras nuevas de menor consumo eléctrico. Gracias a esta mejora, el consumo energético en esta instalación pasó de 5,1 millones de kWh en 2023 a 2,9 millones de kWh en 2024.



Cadena de valor: emisiones de alcance 3

Casi el 99% de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) proceden de la cadena de valor. De ese total, un 80% está relacionado con la extracción de materias primas, los procesos de transformación y la fabricación de los productos.



En términos de intensidad por producto vendido, las emisiones de alcance 3 disminuyeron un 16,5% entre 2022 y 2023³. Si se normaliza en función de los ingresos, la reducción fue del 20,5% en ese mismo período.

Compromiso de los proveedores en las acciones climáticas

Realizamos una encuesta entre nuestros 74 proveedores principales sobre aspectos clave de sostenibilidad y obtuvimos un índice de respuesta del 73%. Entre los que respondieron, el 75% ya había puesto en marcha objetivos de sostenibilidad, como eficiencia energética, uso de electricidad renovable y gestión de residuos; mientras que el 82% contaba con certificaciones como GRS (Global Recycled Standard) o ISO 9001.

Embalaje y materiales gráficos

Con el objetivo de reducir la cantidad residuos, hemos definido principios de embalaje sostenible a todos los niveles de la organización como, por ejemplo, reducir el uso de materiales , utilizar envases reutilizables y reciclables y preferir el uso de materiales más sostenibles siempre que sea posible. A partir de 2025, comenzaremos a implementar estas directrices en todas nuestras operaciones.



Prácticas sostenibles en tiendas

Lanzamos un proyecto piloto de tienda sostenible en Singapur. Nuestra tienda ubicada en el centro comercial Suntec cuenta con la certificación EDGE Advanced Green Building y es un buen ejemplo de las medidas que estamos llevando a cabo para reutilizar materiales y conservar los recursos naturales en nuestras operaciones minoristas.

Protección de la naturaleza y la biodiversidad

Hicimos una evaluación de alto nivel para entender mejor el impacto que teníamos sobre los ecosistemas terrestres y de agua dulce, siguiendo la metodología de la Science Based Targets Network (SBTN). Este análisis sienta las bases para integrar la protección de la naturaleza en las iniciativas de sostenibilidad a largo plazo.

¹ Lo conseguimos mediante la generación de electricidad a partir de energía solar in situ, la participación en programas de energía verde y la compra de Certificados de Energía Renovable (REC).

² No incluido en las emisiones de alcance 1 y 2.

³ Estas cifras reflejan ciertos avances en la integración de contenido reciclado en los plásticos durante 2023. No obstante, la mayor parte de la reducción normalizada se debe a mejoras en los métodos de análisis aplicados a las categorías de bienes, servicios y transporte. Por otro lado, las cantidades totales declaradas incluyen las emisiones procedentes del gasto indirecto en la categoría de bienes y servicios. En las cifras que figuran en nuestro informe ESG de 2023, todavía no habíamos calculado las emisiones procedentes del gasto indirecto.

PERSONAS

OBJETIVOS Y PROGRESO EN 2024

DESARROLLO PROFESIONAL

Nuestro objetivo es garantizar que todos los empleados tengan acceso a oportunidades de desarrollo profesional para **2025**.

PROGRESO EN 2024

Cumplimos este objetivo antes de lo previsto, a finales de 2024. Para ello, reforzamos la accesibilidad de los empleados mediante facilitadores regionales que les ofrecieron apoyo multilingüe y aprovechamos la tecnología para ampliar el alcance de la formación.

CUMPLIMIENTO SOCIAL Y DERECHOS HUMANOS

Queremos ampliar nuestro Programa de Cumplimiento Social para identificar, mitigar y remediar posibles efectos negativos que afecten a los derechos humanos vinculados a nuestra actividad.

PROGRESO EN 2024

Iniciamos el desarrollo del programa Human Rights Commitment (Compromiso con los Derechos Humanos) y comenzamos a trabajar en nuestro proceso de diligencia debida en esta materia.

EQUILIBRIO DE GÉNERO

Hemos adquirido el compromiso de que, para 2030, al menos el 45% de los cargos directivos a nivel de dirección o superior estén ocupados por mujeres. También trabajamos para mantener el equilibrio de género en toda la plantilla.

PROGRESO EN 2024

El **93%** de nuestros equipos valoran positivamente nuestras iniciativas de cultura e inclusión, lo que representa una mejora del 3% respecto al año anterior. En estos momentos, las mujeres representan el **50%** del total de la plantilla. En los niveles directivos, la presencia femenina se mantiene estable en el 36% desde 2022.

Nuestro enfoque

Contamos el equivalente a unos 12 100 empleados a tiempo completo en más de 40 países. Nos esforzamos por que Samsonite sea un lugar inclusivo y por crear un entorno de trabajo y una cultura corporativa que permitan a nuestros equipos crecer y desarrollarse juntos.

Nuestra «Regla de oro», «Trata a los demás como te gustaría que te trataran a ti», guía todo lo que hacemos. Inspira las relaciones internas dentro de la empresa y nos recuerda que las diferencias deben valorarse y respetarse. Este principio anima a las personas a aportar su autenticidad y diversidad al trabajo diario, pues estamos convencidos de que esto fortalece tanto al equipo como a la empresa.



Programa Compromiso con los Derechos Humanos y diligencia debida

En 2025 tenemos previsto publicar nuestro nuevo programa Human Rights Commitment (Compromiso en Derechos Humanos). Orientará nuestros esfuerzos para respetar la dignidad, el bienestar y los derechos humanos de las nuestros empleados, así como de los trabajadores y comunidades vinculadas a nuestras actividades y cadena de suministro. También establecerá cómo trabajamos para identificar y tratar de prevenir los impactos negativos sobre los derechos humanos, alinearnos con los estándares internacionales de derechos humanos y fomentar la confianza con nuestros grupos de interés.

Ya hemos comenzado a desarrollar nuestro proceso de diligencia debida y colaboramos con los equipos encargados de identificar, supervisar, evaluar y abordar cualquier posible riesgo en nuestra cadena de valor.

ACONTECIMIENTOS DESTACADOS DE 2024

Desarrollo profesional

Implementamos programas de formación en liderazgo para líderes nuevos y con experiencia, centrados en mejorar sus competencias y habilidades, en especial en cuanto a comunicación, respeto e inclusión.

También hicimos obligatoria la formación contra el acoso y la discriminación para todos los empleados y empleadas de todas nuestras sedes, independientemente de la región.



Cultura e inclusión

Logramos una participación del 76% en la encuesta bianual de cultura e inclusión y recibimos respuestas de empleados de 41 países. El 93% valoró positivamente nuestras acciones en este ámbito, lo que supone una mejora de 3 puntos con respecto a 2022.

Lanzamiento de portales globales de empleo

Lanzamos nuevos portales de empleo de carácter internacional para Samsonite y TUMI en 38 países. Estas plataformas nos permiten gestionar procesos de selección más inclusivos, uniformes y eficientes a nivel global y ofrecen una mayor visibilidad sobre la representación y el equilibrio de género en cada fase de contratación.

Nuevo boletín global para empleados

Presentamos The Explorer, nuestro nuevo boletín interno trimestral. Esta plataforma informa sobre iniciativas corporativas, reconoce los logros de los empleados y la empresa y fomenta la conexión y el espíritu de equipo entre personas empleadas de todo el mundo.

Programa Global de Cumplimiento Social

Reforzamos nuestro Programa Global de Cumplimiento Social, lo que incluye una actualización de sus directrices.

Realizamos 348 auditorías, incluidas 98 a proveedores exentos por contar con certificación WRAP.

Todos los proveedores de productos terminados, materias primas y componentes con los que trabajamos deben adherirse a nuestra Carta Ética, que establece nuestro compromiso por crear entornos laborales seguros y justos y se basa en marcos y convenios reconocidos internacionalmente. Consulte el informe completo para conocer más detalles.

Los 10 principios de nuestra Carta Ética

El trabajo debe ser siempre voluntario

Se debe respetar la libertad de asociación y negociación colectiva

Las condiciones laborales deben ser seguras e higiénicas

No se permite el trabajo infantil

Los salarios deben ser suficientes para cubrir las necesidades básicas

Las jornadas de trabajo deben tener una duración razonable

El empleo debe ser legal y con contrato

No se permite la discriminación de los empleados por ningún motivo

Deben existir mecanismos eficaces de denuncia a disposición de los empleados

El compromiso con la reducción del impacto ambiental debe ser constante

Puede encontrar más información [aquí](#)

Donaciones de carácter corporativo

Nuestro compromiso con la responsabilidad social se centra en tres ejes: proteger la naturaleza, fomentar el bienestar y empoderar a las comunidades. Apoyamos a organizaciones sin ánimo de lucro mediante financiación, donación de productos y voluntariado corporativo. Este año, *Samsonite®*, *TUMI®* y *American Tourister®* identificaron las áreas prioritarias en las que llevar a cabo sus programas de donaciones, adaptadas a sus respectivos mercados y en función de los objetivos perseguidos. Cada marca ha comenzado ya a evaluar y seleccionar sus socios colaboradores sin fines de lucro.



PRIORIDADES

PRODUCTO

- ➔ Incorporar **más materiales** sostenibles en los productos de todas nuestras colecciones.
- ➔ Integrar los principios de nuestra **guía de materiales sostenibles** en toda la organización y con nuestra red de proveedores.
- ➔ Ampliar el uso de **aluminio reciclado en las asas del equipaje** de otras colecciones a nivel global y ampliarlo progresivamente a las carcasas.
- ➔ Seguir desarrollando nuestro **índice global de reparabilidad**.
- ➔ Continuar explorando **soluciones para mejorar la circularidad** al final de la vida útil de los productos.
- ➔ Lanzar el primer **pasaporte digital de cada producto**, de acceso público, con el que documentaremos el recorrido completo del producto previo a la entrega al cliente, incluyendo las credenciales de sostenibilidad del proceso de fabricación.

PLANETA

- ➔ Mantener el consumo de **electricidad 100% renovable¹ en todas nuestras instalaciones** y seguir identificando oportunidades para instalar o ampliar sistemas de generación de electricidad a partir de la energía solar in situ siempre que sea posible.
- ➔ Colaborar con las fábricas y centros de distribución para identificar e implementar **proyectos de eficiencia energética**.
- ➔ Trabajar con el equipo de producto y proveedores para **escalar el uso de materiales reciclados** y sustituir los materiales actuales por otros reciclados conforme al plan establecidos para las emisiones de alcance 3.
- ➔ Analizar nuestras **prácticas actuales de embalaje** y desarrollar una **estrategia de sostenibilidad** en este ámbito para implementarla en toda la organización.

PERSONAS

- ➔ Seguir ofreciendo **oportunidades de formación y desarrollo** a toda nuestra plantilla.
- ➔ Reforzar la **innovación**, el **reconocimiento**, el **desarrollo profesional** y el **trabajo en equipo** como ejes clave del crecimiento, según lo identificado en la encuesta de cultura e inclusión.
- ➔ Finalizar el **Compromiso en Derechos Humanos** e impartir la formación relevante a los equipos pertinentes.
- ➔ Continuar revisando y ajustando la **estrategia de donaciones corporativas**.



¹ Mediante la combinación de generación de electricidad a partir de energía solar en nuestras instalaciones, la participación en programas de energía verde y la compra de Certificados de Energía Renovable (REC).

ACERCA DE SAMSONITE

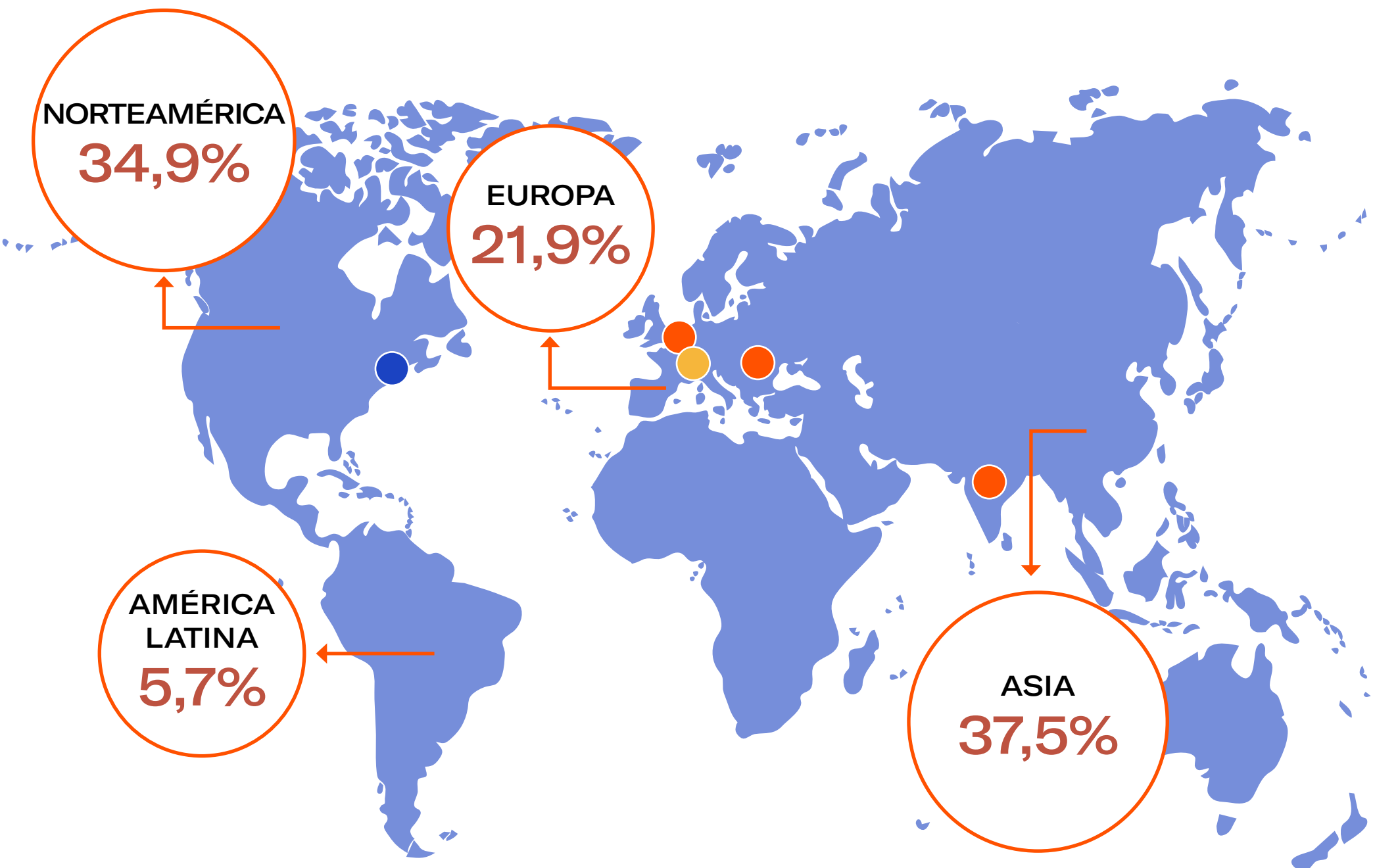
Nuestra empresa, en resumen

Con una trayectoria de más de 115 años, Samsonite Group S.A. (anteriormente Samsonite International S.A.), junto con sus filiales consolidadas (la «empresa»), es la empresa de equipajes de viaje más conocida y grande del mundo, así como un referente mundial en el sector de bolsos urbanos y de viaje. La empresa gestiona un portafolio de marcas icónicas y centradas en el cliente, liderado por *Samsonite*®, *TUMI*® y *American Tourister*®, que acompañan a nuestros clientes en sus viajes con productos innovadores, de confianza y cada vez más sostenibles. Gracias a nuestra larga historia de liderazgo en el sector, nuestra visión es clara: trazar el camino hacia un futuro más sostenible para todo el sector.

Contamos con **aproximadamente 12 100 empleados equivalentes** a tiempo completo en **más de 40 países** y lideramos el sector gracias a nuestra experiencia en el diseños icónicos y una fuerte tradición de calidad, durabilidad e innovación.

Dentro del marco de sostenibilidad «Nuestro viaje responsable», seguimos invirtiendo en el desarrollo de nuevos materiales, en procesos de fabricación más eficientes, en fomentar la reparabilidad de los productos usados y en ampliar nuestra oferta de colecciones sostenibles.

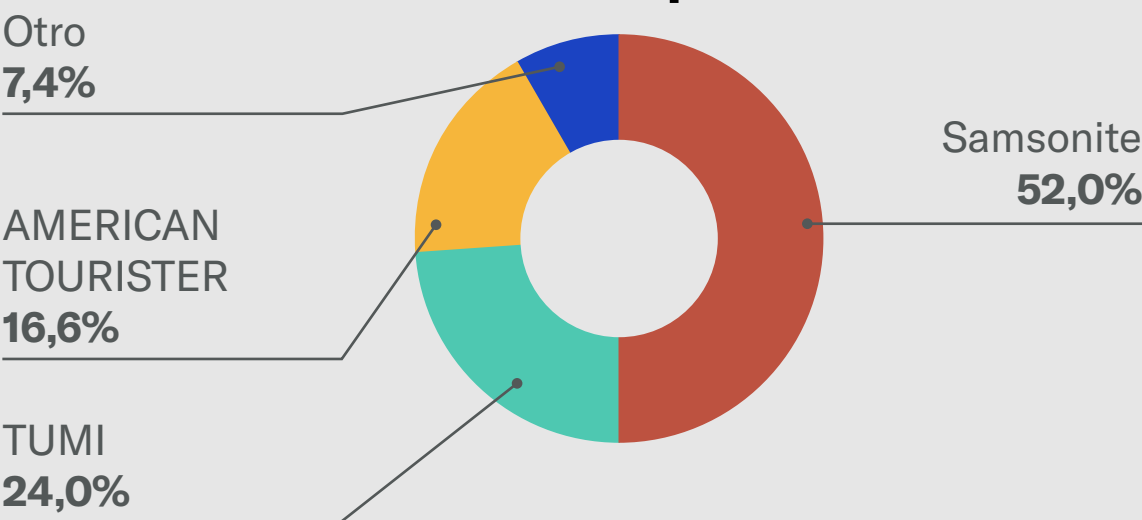
Ventas netas por región



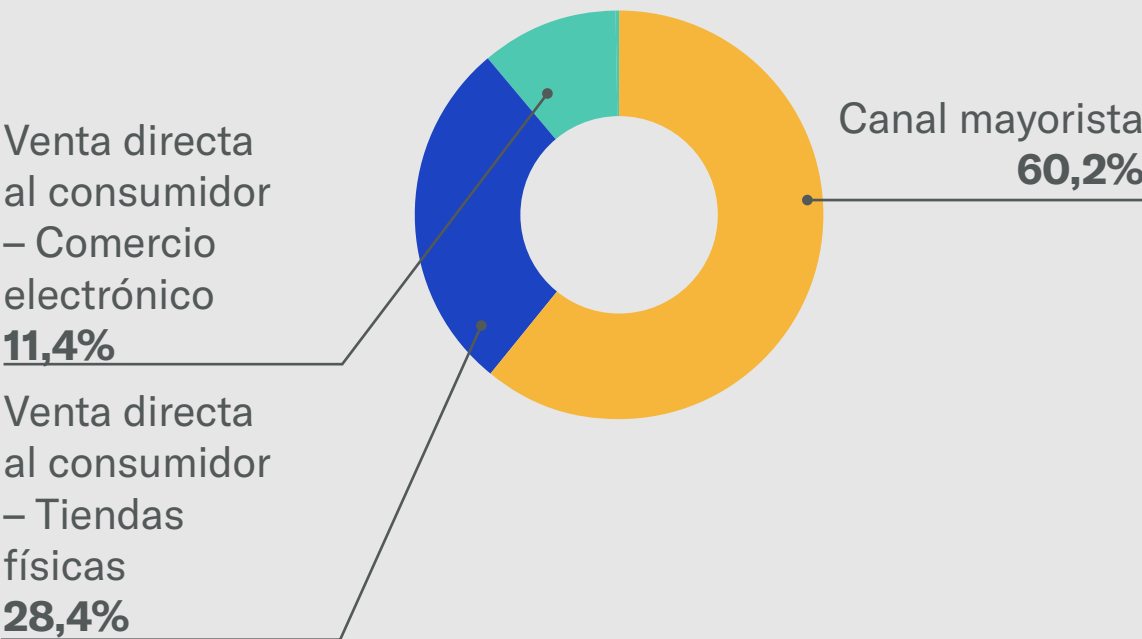
 Planta de fabricación	 Sede corporativa y oficinas centrales de EE. UU.: Mansfield	 Oficinas centrales en Europa: Luxemburgo
3 Plantas de fabricación	1119 Tiendas propias	12 100 Personas empleadas equivalentes a tiempo completo en 40 países de todo el mundo
32 Distribution Centers and Warehouses		

Ventas netas en 2024: 3 588,6 millones USD

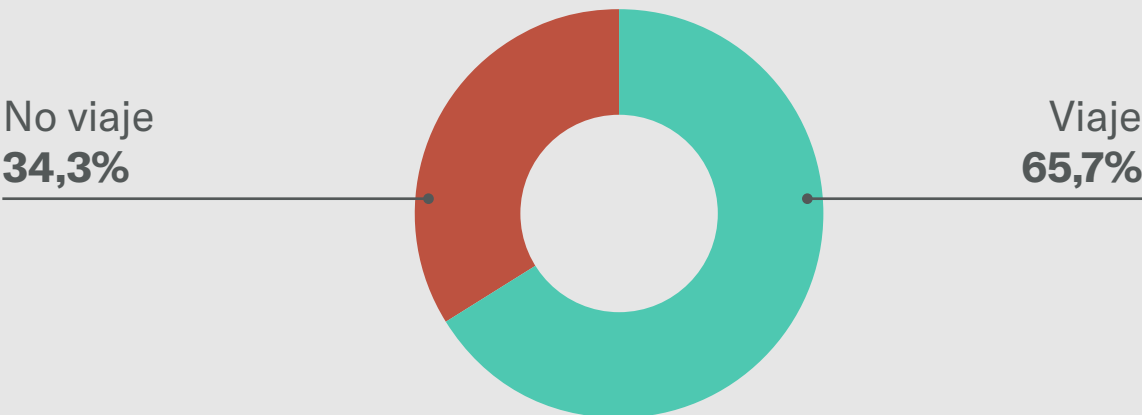
Ventas netas por marca



Ventas netas por canal de distribución



Ventas netas por categoría de producto



En caso de discrepancias entre la versión traducida al español y la versión original en inglés de este informe, siempre prevalecerá la versión en inglés.

© Copyright Samsonite Group S.A. 2025
Todos los derechos reservados

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, su almacenamiento en sistemas de recuperación o su transmisión por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, mediante fotocopia, grabación u otro, sin el permiso previo y por escrito de Samsonite Group S.A.

Publicado por Samsonite Group S.A.
Concepto y diseño: BRODIE Consulting



corporate.samsonite.com/en/sustainability

sustainability@samsonite.com