

pyd



Memoria de
SOSTENIBILIDAD
2023

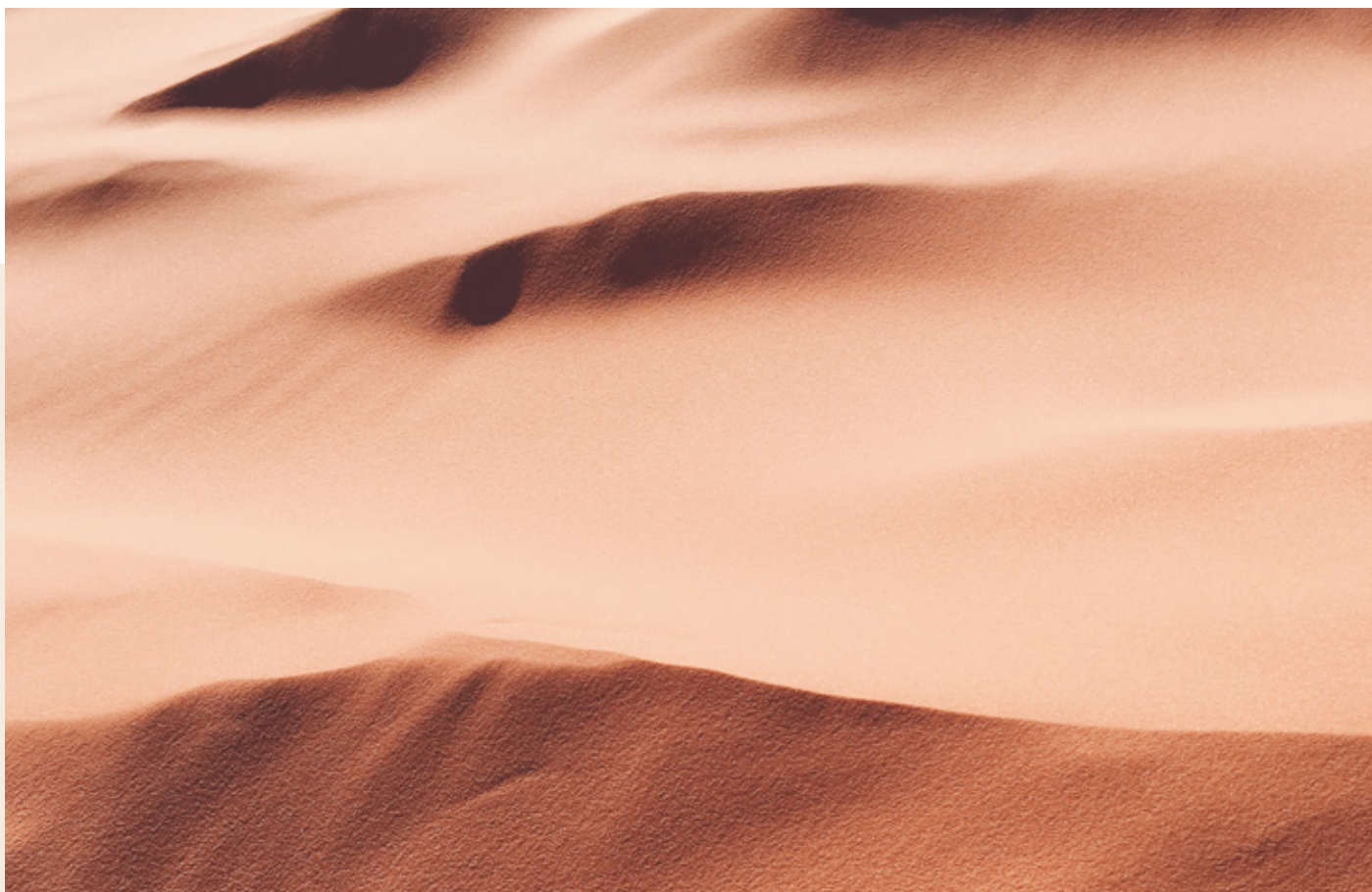
Índice

01	PYD HOY: UNA HISTORIA DE ÉXITO	3
	1.1. Conversación entre Pedro Trolez Martínez, presidente de PyD, y Pedro Trolez Cortina, CEO de PyD	4
	1.2. Somos perfumes	6
	1.3. Nuestros valores nos definen	10
	1.4. Un año de hitos	11
	1.5. 2023 en cifras	12
02	ENTORNO Y ESTRATEGIA	13
	2.1. Contexto y tendencias que marcan el camino	14
	2.2. Compromisos compartidos con los grupos de interés	16
	2.3. Actualización de los asuntos relevantes	18
	2.4. Nuestra hoja de ruta en la generación de impacto positivo	21
03	MODELO DE NEGOCIO: EXCELENCIA Y MEJORA CONTINUA	23
	3.1. Un portafolio exclusivo	24
	3.2. Reforzamos nuestros compromisos	26
	3.3. Una cadena de valor de primer nivel	30
04	LIDERAZGO ÉTICO Y DE CUMPLIMIENTO	34
	4.1. Nuestra guía: gobierno corporativo	35
	4.2. Cultura ética y cumplimiento	36
	4.3. Gestión eficaz de riesgos	41
05	PRESENTE Y FUTURO LIGADO A LAS PERSONAS	42
	5.1. Nuestras personas	43
	5.2. Impacto positivo en la sociedad	56
06	PLANETA: IMPACTO POSITIVO EN EL PRESENTE PARA ASEGURAR EL FUTURO	58
	6.1. Productos con impacto positivo	59
	6.2. Operaciones con impacto positivo	60
07	ANEXO	65
	7.1. Sobre este informe	66
	7.2. Índice de contenidos de requerimientos legales e indicadores del estándar GRI	67

01

PyD hoy: una historia de éxito

- 1.1. Conversación entre Pedro Trolez Martínez, presidente de PyD, y Pedro Trolez Cortina, CEO de PyD
- 1.2. Somos perfumes
- 1.3. Nuestros valores nos definen
- 1.4. Un año de hitos
- 1.5. 2023 en cifras





1.1

Conversación entre Pedro Trolez Martínez, presidente de PyD, y Pedro Trolez Cortina, CEO de PyD



Pedro Trolez Martínez

2023 ha sido un año muy especial, uno que recordaremos siempre. Hemos celebrado nuestro 25º aniversario, y esta ocasión nos ha permitido echar la vista atrás, rememorar el camino recorrido hasta aquí y poner en valor todo lo conseguido. En este cuarto de siglo nos hemos unido a grandes marcas y nos hemos consolidado como sinónimo de calidad y excelencia en el sector de la perfumería y la cosmética de lujo. Marcas como TOUS Perfumes, HALLOWEEN, EL GANSO Perfumes, SCALPERS Perfumes y Nightology son parte esencial de la historia de PyD. De su pasado, pero también de su presente y de su futuro.

Un horizonte que vendrá marcado por el **nuevo liderazgo** en la empresa y la reorganización de la estructura interna realizada en 2023, que, sin duda, fortalecerá el crecimiento de los últimos años y la preparará para afrontar nuevos desafíos.

Pedro Trolez Cortina

Ha sido un inmenso honor asumir el cargo de Director Ejecutivo en un año tan importante como este. Todos en PyD estábamos convencidos de que 2023 marcaba un hito en nuestra historia y, al mismo tiempo, un punto de inflexión. Por eso, decidimos activar un **proyecto de rebranding** en todos los niveles del grupo para alinear nuestra identidad, nuestra imagen y nuestros valores con las necesidades del contexto actual, sin olvidar en ningún momento nuestras raíces ni nuestros atributos diferenciadores. La puesta de largo de este nuevo posicionamiento de marca también estuvo a la altura, con un viaje a Croacia y un acto de presentación en este país ante las 230 personas que forman la empresa.

Pedro Trolez Martínez

Además de conmemorar el 25º aniversario con nuestras marcas, *partners*, medios de comunicación o prescriptores, en 2023 hemos estado volcados en la implementación de nuestro **Plan Director de Sostenibilidad**, aprobado en 2022. Esta hoja de ruta (Net Positive Impact Plan) nos va a conducir —ya lo está haciendo— a ser una empresa aún mejor, centrada en generar valor no solo para la economía —que nunca debemos olvidar como prioridad fundamental—, sino también para el entorno y para nuestros grupos de interés.

En una realidad tan compleja como la actual, con tantos retos en materia medioambiental, social y de gobernanza, el **Net Positive Impact Plan** nos guía estratégicamente a aquellos ámbitos en los que sabemos que podemos crear un mayor impacto positivo, esto es, en los productos, en las operaciones, en nuestras personas y en la cultura ética y transparente que rige nuestra manera de hacer las cosas en PyD.



Pedro Trolez Cortina

Así es, y en esta primera etapa ya podemos hablar de avances muy importantes. En 2023 hemos creado y revisado procedimientos internos para garantizar la seguridad del producto. También hemos trabajado en evaluar la naturalidad de las materias primas utilizadas en nuestras fragancias, de la mano de nuestros perfumistas y envasadores. Otro proyecto relevante que iniciamos en el último año es la búsqueda de alternativas locales a nuestros proveedores internacionales con el objetivo de aumentar el peso de la cadena de suministro más próxima. Estos son solo algunos ejemplos, pero podríamos mencionar muchos otros, como el compromiso con la medición de la huella de carbono en el apartado ambiental, o la actualización del **Código Ético** y del **Código de Proveedores** en materia de buen gobierno.

En todos esos ámbitos vamos a seguir avanzando en los próximos años. Tenemos la capacidad, la determinación y la ilusión de actuar como **ejemplo y catalizador del cambio** en nuestra cadena de valor.



Pedro Trolez Martínez

Y ya que estamos haciendo balance del año y presentando los logros más significativos, es justo reconocer que este progreso y haber cumplido 25 años nunca habría sido posible sin todas las **personas** que componen PyD. Después de tanto tiempo, me sigue emocionando ser testigo de su entrega y compromiso cada día. Todos ellos constituyen el mejor estímulo para elevar nuestra exigencia y continuar estableciendo nuevas metas cada vez más ambiciosas.

Pedro Trolez Cortina

En PyD nos gusta decir que las personas son motor de cambio. Para nosotros esta es una premisa irrenunciable: para que las personas ofrezcan lo mejor de sí mismos, deben sentir que la empresa apuesta por generar un **entorno seguro, positivo e inspirador**. Un lugar donde crecer personal y profesionalmente, en el que la diversidad y la inclusión de todos los perfiles estén garantizadas, y la organización del trabajo conviva con el respeto al equilibrio entre vida personal y laboral.

Pedro Trolez Martínez:

De esta manera, con una propuesta de valor atractiva para el equipo, también impulsamos a nuestros profesionales a convertirse en **embajadores de la sostenibilidad**, tal y como establece el *Net Positive Impact Plan*. Esto es algo que desde la dirección de PyD vamos a seguir promoviendo, con la ambición de afianzar una cultura interna de impacto positivo en todos los niveles de la empresa.

Pedro Trolez Cortina

Volviendo a las palabras del inicio, después de este año tan especial, es el momento de impulsar esta renovada PyD, que combina legado, experiencia y conocimiento con la ilusión de escribir una nueva y apasionante página en esta historia de éxito.

Pedro Trolez Martínez

El éxito que hemos conseguido sumando compromiso, innovación, calidad y excelencia. Con estos valores siempre en mente, vamos a por los próximos 25 años.



1.2

Somos perfumes

En PyD creamos y distribuimos **fragancias de calidad de prestigiosas marcas de moda y lujo**. Somos expertos en el sector de la perfumería selectiva y asesoramos a grandes marcas que confían en nuestra experiencia y éxitos para impulsar sus fragancias en nuevos mercados.

El resultado son más de 25 años de entrega al mundo de la perfumería y la cosmética de lujo. Una trayectoria comparada de la que forman parte nuestras marcas propias de perfume como TOUS Perfumes, HALLOWEEN Perfumes, EL GANSO Perfumes, SCALPERS Perfumes y Nightology. Estas se complementan con la distribución de referencias internacionales como Goutal Paris, Juliette has a gun, Moschino, Missoni, Versace o Cartier, desde nuestras diferentes filiales. Además, también distribuimos los cosméticos selectivos de AHAVA en España.

Como empresa familiar de tercera generación, formamos parte de la Asociación de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM), región en la que también estamos presentes en su tejido productivo a través de Pedro Trolez, nuestro presidente, que es socio del Círculo de Empresarios de Madrid. A nivel nacional, somos socios de la Fundación CRE100DO, que impulsa a las medianas empresas hacia el éxito.

Somos referentes en nuestro sector por lo que hacemos y también por cómo lo hacemos. Cuidamos nuestros productos, sabemos valorar y reconocer a las personas que son parte de nuestra compañía y nos preocupamos por contribuir positivamente en nuestro entorno.





Un viaje a través de los sentidos y la memoria

En 2023 cumplimos 25 años desde que Pedro Trolez Martínez fundó nuestra empresa, y lo celebramos con el nombramiento de Pedro Trolez Cortina como CEO. Este asumía el cargo con la determinación de seguir consolidando el crecimiento de los últimos años, avanzar en el camino de la sostenibilidad, y, sobre todo, tomar el relevo de un liderazgo que ha dado forma a una empresa solvente, inclusiva y conciliadora.

El aniversario sirvió para echar la vista atrás y reconocer la historia de PyD. Una historia que se remonta a 70 años atrás, cuando, a mediados de los años 50, la familia Trolez fabricaba y distribuía los perfumes de Christian Dior.

Transcurridas las décadas, no fue hasta 1992 cuando dimos el primer paso de lo que sería nuestro largo y provechoso viaje como empresa y familia. Aquel año lanzamos **Duende**, el primer perfume del muy recordado diseñador Jesús del Pozo.

Bajo esta misma marca lanzamos, en 1997, **HALLOWEEN**, cuyo éxito rebasó nuestras mejores expectativas. Lo que parecía un producto hábilmente diseñado para un público juvenil se convirtió en una referencia con tanta personalidad que impulsó la creación de una marca bajo el nombre HALLOWEEN con una colección completa de fragancias femeninas y masculinas. Hoy nuestra fragancia sigue conquistando a un público joven y fiel que ha ido creciendo junto a nosotros y seduciendo a un consumidor nacional e internacional cada día más numeroso.

Si antes señalamos el primer paso en nuestro negocio, el gran salto llegó en 1998 con la **constitución por parte de Pedro Trolez del grupo Perfumes y Diseño (PyD)**. Y así cruzamos al siglo XXI. A estas alturas ya habíamos demostrado que podíamos trasladar los valores de una marca de moda a una fragancia. La moda entraba por la vista, pero perduraba en la memoria a través del olfato. Llevábamos décadas haciéndolo, y decidimos seguir creciendo al añadir a nuestro portafolio una marca de joyería. Así que, en 2000, creamos junto a joyerías TOUS, la **joint venture TOUS Perfumes**. Dos años después, la primera fragancia, TOUS *Eau de Toilette*, se convirtió en un nuevo éxito comercial.

En 2012, 20 años después de comenzar nuestra colaboración con Jesús del Pozo –fallecido en 2011–, adquirimos su casa de moda y relanzamos la marca a nivel mundial bajo el nombre **DELPOZO**. Tanto quienes ya la conocían como quienes se acercaron a ella por primera vez supieron valorar nuestra apuesta por la innovación sin por ello perder la esencia del creador madrileño. DELPOZO actualmente sigue un camino diferente del cual seguimos formando parte.

Casi al final de la década, iniciamos acuerdos de licencias con dos referencias de la moda española al tiempo que proyectos reconocidos por su ambición y frescura: **EL GANSO**, en 2017, y **SCALPERS**, en 2019. En ambos casos inauguramos la relación con la gama masculina de perfumes y hoy ya contamos con la femenina y las infantiles.

Y llegamos por fin a 2023, un momento dulce que nos permite tomar aire y valorar los éxitos conseguidos, el resultado de una forma de trabajar de la que estamos orgullosos. Porque hemos demostrado que la experiencia y la innovación pueden converger en un presente de éxitos si se trabaja con compromiso, conocimiento, calidad e impulso. Que es posible que una empresa familiar que lleva el apellido Trolez desde hace más de 70 años sea la referencia para marcas españolas. Y que podemos servir a estas marcas para que den a conocer su potencial a nivel internacional.





Un alcance global

PyD es una compañía global con sede en Madrid. Contamos con un equipo de *area managers*, coordinadores internacionales y **dos filiales**: una en Portugal, y otra en Miami, que brinda apoyo a los países de Latinoamérica y la región del Caribe.

Además, estamos presentes en todo el mundo a través de **10 area managers**, y una **red de distribución que alcanza a a más de 90 países**.



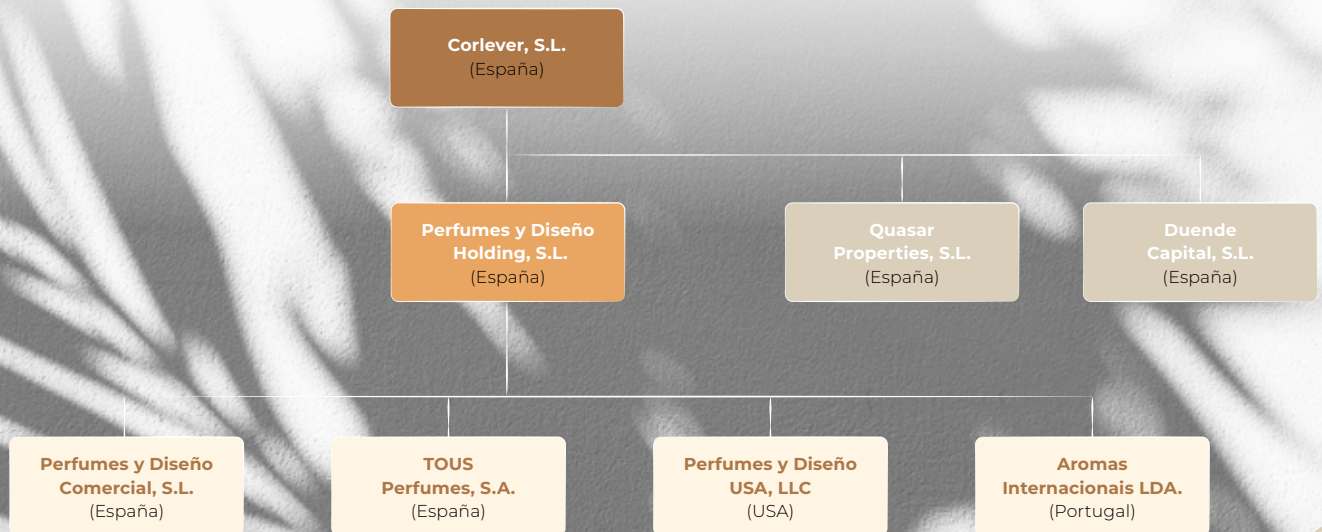


Estructura y composición de PyD

Corlever, S.L., es la sociedad matriz del grupo, domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la de *holding* del grupo. Las sociedades dependientes son:

- Quasar Properties, S.L.**, domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la compra, venta, alquiler, parcelación y urbanización de solares.
- Duende Capital, S.L.**, domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la suscripción, adquisición, gestión, disfrute y enajenación de acciones, participaciones y cualesquiera otros títulos.
- PyD Holding, S.L.**, domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la de arrendamiento al resto de entidades del grupo y gestión de la tesorería del grupo (cash pooling).

- PyD Comercial, S.L.**, domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la fabricación, comercialización, distribución y venta de productos de perfumería y cosmética de diferentes marcas.
- Tous Perfumes, S.A.**, domiciliada en la calle Isla de Java, 33 e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid. Su actividad principal es la fabricación, comercialización, distribución, y venta de productos de perfumería bajo licencia de uso por la marca TOUS.
- Aromas Internacionais LDA.**, domiciliada en la zona industrial Olä, Rua da Etar, 12-A en Portugal e inscrita en la Conservatoria do Registro Comercial de Aveiro. Su actividad principal es la comercialización, distribución y venta de productos de perfumería y cosmética.
- PyD USA LLC**, domiciliada en 153 Sevilla Avenue, Coral Gables, Florida, Estados Unidos. Su actividad principal es la comercialización y distribución de productos de perfumería y cosmética en EE.UU. y Caribe.





1.3

Nuestros valores nos definen

Compromiso personal, impulso emprendedor, conocimiento eficaz y calidad integral. Nuestros valores nos definen como empresa, nos guían en todas las decisiones que tomamos y rigen el comportamiento de las personas que forman PyD.



Compromiso personal

*Honesta
pero no ingenua*

El compromiso de PyD es un compromiso de respeto, transparencia y honestidad con cada una de las personas que formamos parte de ella. Entre nosotros, con clientes, proveedores y marcas. Antes, durante y después de cada proyecto, y también con nuestro sector, al que intentamos mejorar y aportar valor constantemente. Un compromiso que va más allá del negocio porque sabemos que tenemos la oportunidad de impactar positivamente en la sociedad, generando empleo, favoreciendo la integración social y laboral de personas con discapacidad a través de la Fundación Arcoíris, que colabora con la educación y el desarrollo profesional, o realizando acciones orientadas a disminuir el impacto medioambiental de nuestra actividad. Porque es nuestro nombre, el nombre de nuestra familia, y el orgullo de pertenecer a una gran compañía.



Impulso emprendedor

*Audaz pero
no imprudente*

Nuestros orígenes definen lo que somos y PyD nació desde la vocación empresarial como una apuesta valiente y sincera por hacer las cosas de una manera determinada. Un espíritu independiente donde el conocimiento, la tenacidad y la integridad nos llevan, hoy y desde siempre, a ser capaces de salir de nuestra zona de confort para perseguir aquello en lo que creemos, a apostar y a involucrarnos en aquellos proyectos y aquellas personas que realmente merecen la pena.



Conocimiento eficaz

*Experta
pero no rígida*

Somos expertos en el sector de la perfumería selectiva. Todo lo que hemos aprendido y todo lo que constantemente aprendemos nos permite ofrecer siempre la solución adecuada. Somos capaces de ofrecer una visión 360° de los proyectos y un acompañamiento de principio a fin a nuestros clientes en cualquier parte del mundo, adaptándonos cuando el reto lo requiere, porque la flexibilidad nos define y nos permite cumplir con el objetivo último de nuestro trabajo: la satisfacción del consumidor final.



Calidad integral

*Exigente
pero no soberbia*

La calidad en PyD está presente en todo nuestro trabajo. En el resultado y en el detalle, en el proceso y en el trato con las personas. Porque aplicamos todo nuestro *expertise*, nuestro conocimiento y nuestra creatividad en la ideación de un producto, en su fabricación, en la forma en que se presenta, en la relación con las marcas y en la selección de los distribuidores más adecuados para ellas.



1.4

Un año de hitos

- **Celebración del 25º aniversario de PyD.**
Implementación del *rebranding* en todos los niveles del grupo.
Evento con los periodistas de belleza más importantes de España.
- **Viaje a Croacia con las 230 personas que forman la empresa** para presentar el *rebranding* de PyD que llevábamos trabajando desde principios de año.
- **Nombramiento de Pedro Trolez Cortina como nuevo director ejecutivo**, y reorganización de la estructura interna de la compañía.
- Presentación del *rebranding* en la **76ª edición de la TFWA (Tax Free World Association) Exhibition & Conference** en el Palais de Cannes, Francia.
- **Premio ICON** a Scalpers Boxing Club como mejor fragancia masculina en la categoría Neosartorial, la nueva elegancia.
- Llegada de nuestras marcas a nuevos mercados, entre otros: **El Ganso a Perú, Nightology a Panamá y Scalpers a Georgia.**
- Primeros avances de **Net Positive Impact Plan**, nuestro Plan Director de Sostenibilidad.
- Incorporación a **Eco Beauty Score Consortium**, dedicado al desarrollo de una evaluación de impacto ambiental en toda la industria.
- **Plantación de árboles por nuestro equipo de la sede en Madrid**, en una zona afectada por el incendio que arrasó 22.000 hectáreas en 2021 en Navacerrada (Ávila).
- Campaña de TOUS Perfumes en favor de la **lucha contra el cáncer de mama.**



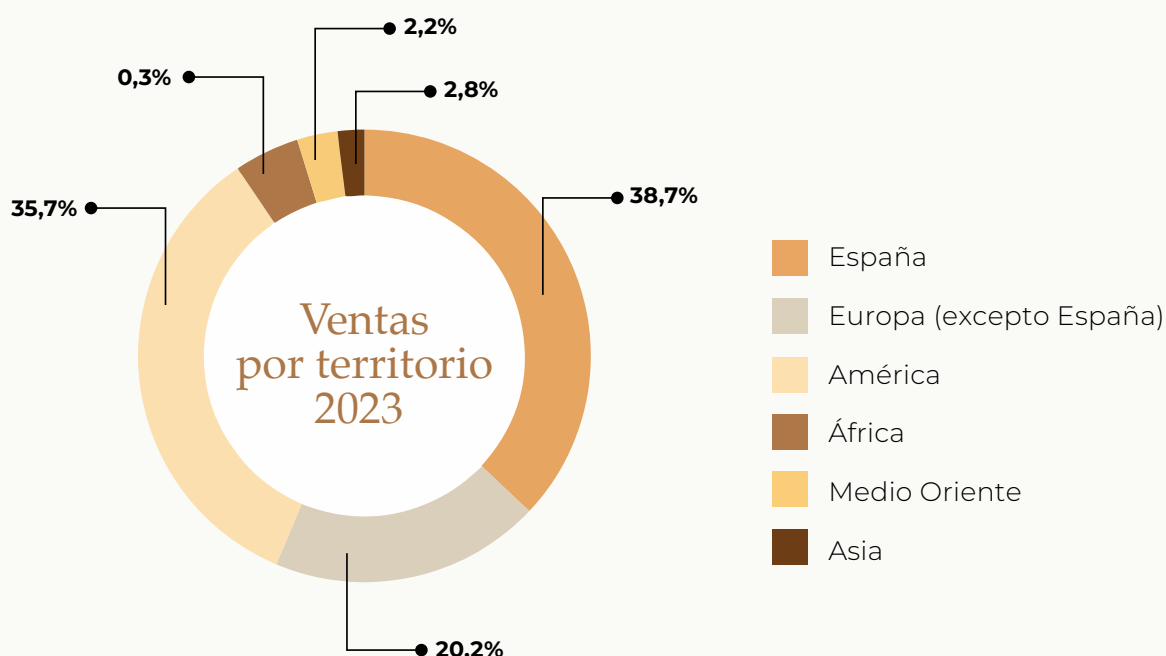


1.5

2023 en cifras

Ventas: **112.865.014,39 €**EBITDA
consolidado: **27.433.908,20 €**EBIT
consolidado: **25.782.223,36 €**Ventas desglosadas
por territorio (en euros)

	2023	2022
España	43.551.823	33.477.956
Europa (excepto España)	22.706.573	17.293.365
América	40.142.459	33.366.784
África	385.423	305.730
Asia	2.454.819	4.083.550
Oriente Medio	3.144.625	3.262.360
TOTAL	112.385.722	91.789.745



02

Entorno y estrategia

- 2.1. Contexto y tendencias que marcan el camino
- 2.2. Compromisos compartidos con los grupos de interés
- 2.3. Actualización de los asuntos relevantes
- 2.4 Nuestra hoja de ruta en la generación de impacto positivo





2.1

Contexto y tendencias que marcan el camino

Liderazgo y proyección internacional: con estos dos conceptos podríamos describir el sector de la perfumería y cosmética en España, segundo país exportador mundial de perfumes, solo por detrás de Francia, y por delante de Alemania y Estados Unidos. Ya exporta más cosméticos y perfumes que sectores tan representativos como el vino o el calzado, y en cifras similares a las del aceite de oliva¹.

En 2023, según datos de Estatcom recogidos por Stanpa, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética en España, la exportación de productos de perfumería y cosmética experimentó un crecimiento del 23% durante el primer semestre del año. En concreto, la perfumería constituye uno de los sectores que más creció, con un incremento del 28,9% hasta los 1.400 millones de euros².



¹ Fuente:
<https://www.stanpa.com/notas-de-prensa/espana-rene-a-los-principales-directivos-de-la-industria-cosmetica-euro-pea-en-el-marco-de-la-presidencia-espanola-del-consejo-de-la-ue/>

² Fuente:
<https://www.stanpa.com/notas-de-prensa/las-exportaciones-de-perfumes-y-cosmeticos-se-incrementaron-un-23-durante-el-primer-semester-de-2023/>



Por otro lado, en materia de consumo, España es el quinto mercado de la Unión Europea. Un consumo que cada vez más se orienta a **prácticas sostenibles y responsables** en las que el cuidado y el bienestar personal conviven en perfecta armonía con la protección de los recursos naturales y la generación de impacto positivo en el medio ambiente y las personas.

Además de una mayor sensibilidad en torno al impacto del consumo, son numerosos los factores que inciden en el presente y el futuro de nuestro sector.

Por ejemplo, la creciente regulación, los cambios en los hábitos de compra, la cada vez mayor importancia de la biodiversidad en la agenda, o los retos que suponen la innovación y la transformación digital.

Regulación creciente y exigente

La agenda europea para transformar el continente en clave verde y sostenible ha marcado el paso en los últimos años. El **Pacto Verde Europeo** y el **Plan de Acción de Economía Circular** se han desplegado en una serie de leyes y normas que buscan principalmente la reducción de emisiones contaminantes, la disminución de los residuos generados y un mejor aprovechamiento de los recursos. Entre los principales asuntos regulatorios europeos destacan la revisión de la Directiva de Tratamiento de Aguas Residuales Urbanas (UWWTD), la Propuesta de Reglamento de Envases y Residuos de Envases (PPWR) y el Reglamento sobre Diseño Ecológico de Productos Sostenibles (ESPR).

De la compra a la experiencia

Tras la pandemia, la omnicanalidad se ha consolidado en dos vertientes: por un lado, con la digitalización de negocios tradicionales, y por otro, con la expansión de la presencia física de marcas nativas digitales. Esto permite a los consumidores priorizar **experiencias de compra únicas y personalizadas**, con independencia de cuál sea el canal de compra: tienda física, web, aplicación, redes sociales, etc. Según datos de Stanpa, las ventas online suponen un 10% del mercado total, y el 72% de los usuarios ha realizado alguna compra de este tipo de artículos desde una red social.

El momento de la naturaleza

La pérdida de biodiversidad ya es el tercer principal riesgo a diez años vista en el Informe de Riesgos Globales 2024. Una amenaza ante la que gobiernos y organismos internacionales asumieron en 2022 el compromiso del **Acuerdo de Kunming-Montreal** para detener y revertir la pérdida de naturaleza. El tratado —considerado como el Acuerdo de París de la biodiversidad— insta a los gobiernos a tomar medidas para garantizar que las grandes empresas en 2030 cumplan con el objetivo de evaluar y reportar regularmente sus riesgos, impactos y dependencias sobre la biodiversidad de sus operaciones y su cadena de valor.

Nuevos retos en innovación y transformación digital

Las empresas del sector cosmético dedican, de media, el 3,4% de su facturación anual a la **inversión en I+D+i**. Una tendencia imparable que está llamada a mejorar varios de los procesos de esta industria: desde la sensorización para la eficiencia energética y la adecuada gestión del agua; pasando por la disminución de residuos a través de las técnicas de impresión 3D. También aumenta el uso del *big data* y del *machine learning*, mientras se aguardan los efectos de la inteligencia artificial, que —como en el conjunto de la economía— podría redundar en la productividad y la eficiencia de las empresas.





2.2

Compromisos compartidos con los grupos de interés

Comprender qué interesa a cada *stakeholder* y cómo necesita la información para tomar decisiones es un imperativo en la nueva economía de impacto. Las empresas ya no solo podemos preocuparnos por generar valor a través de nuestro desempeño económico, sino que también debemos hacerlo al crear un **impacto positivo** en el planeta, las personas y el conjunto de nuestros grupos de interés.

Para ser elegibles por ellos, es fundamental crear relaciones auténticas, basadas en unos compromisos comunes y con una visión orientada al largo plazo. En PyD compartimos esta visión, y contamos con herramientas y mecanismos de escucha y diálogo con nuestros *stakeholders*. Solo al conocer y comprender en profundidad sus necesidades, podemos atenderlas a través del negocio.

Además, esta gestión basada en la existencia de compromisos compartidos con los grupos de interés refuerza tanto nuestra reputación como nuestra **legitimidad social ante reguladores, clientes y sociedad en general**, en un momento particularmente exigente para las empresas.



Mapa de grupos de interés de PyD

Nuestro mapa de grupos de interés se compone de dos grandes grupos:

Internos

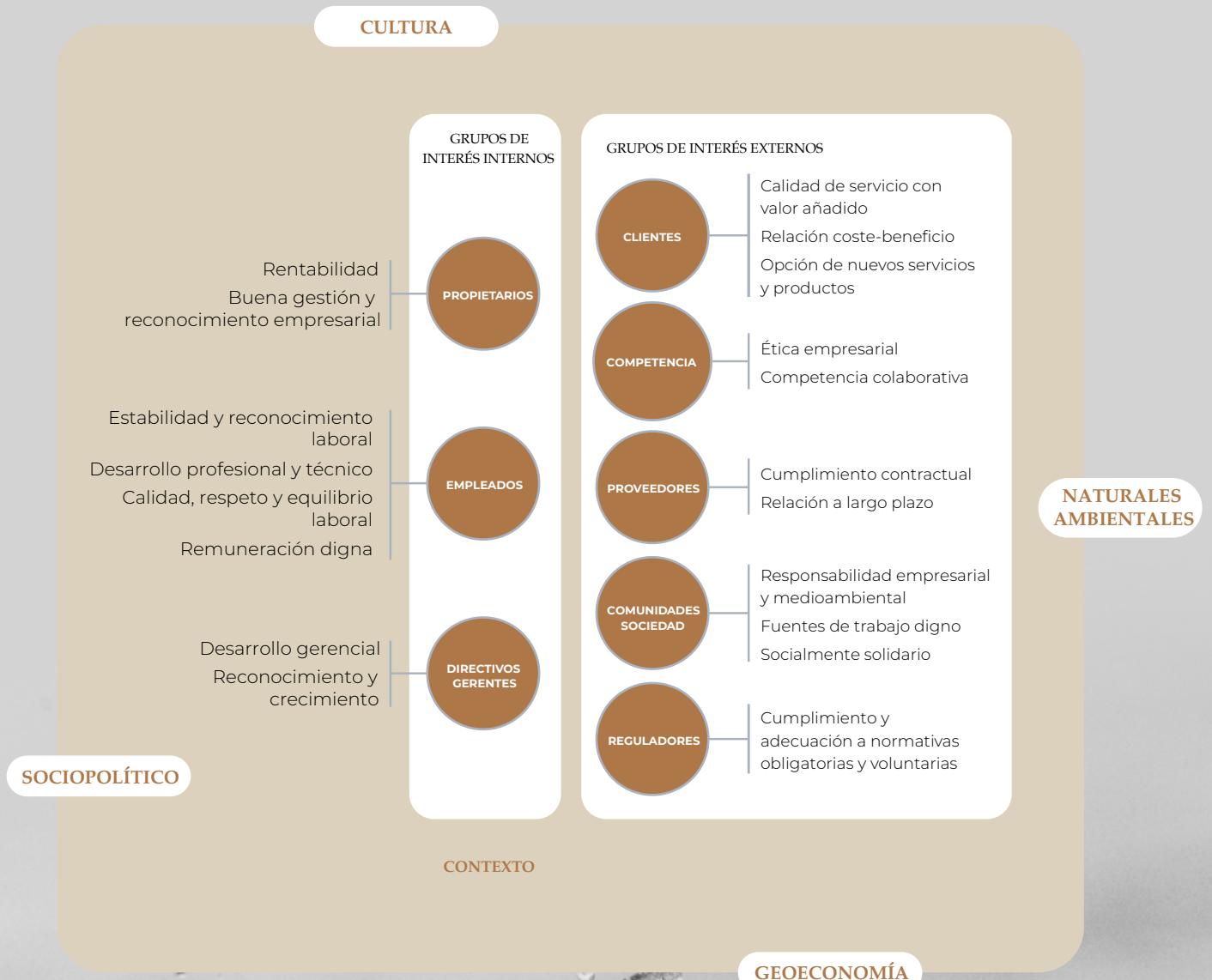
Aquellos individuos y/o unidades operacionales que participan directamente en la actividad económica de la organización, atienden bajo la cadena de mando y forman parte de la estructura organizacional, donde involucramos a las unidades de operaciones, logística, financiero, sistemas y tecnologías, mercado y ventas, entre otras; así como a los propietarios, directores y empleados.

Externos

Todas aquellas entidades que no forman parte de la estructura de la organización ni atienden a su cadena de mando, pero participan directa e indirectamente en la actividad de la organización: socios, competencia, proveedores, comunidades, medios de comunicación y reguladores.



Mapa de grupos de interés





2.3

Actualización de los asuntos relevantes

Después del ejercicio realizado en 2023 para analizar los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza más relevantes para PyD, en 2023 hemos dado un paso más a la luz de la **Directiva sobre Información Corporativa en Materia de Sostenibilidad** (CSRD, por sus siglas en inglés). Así, hemos profundizado en nuestra aproximación a la doble materialidad al identificar y evaluar los temas desde dos perspectivas:

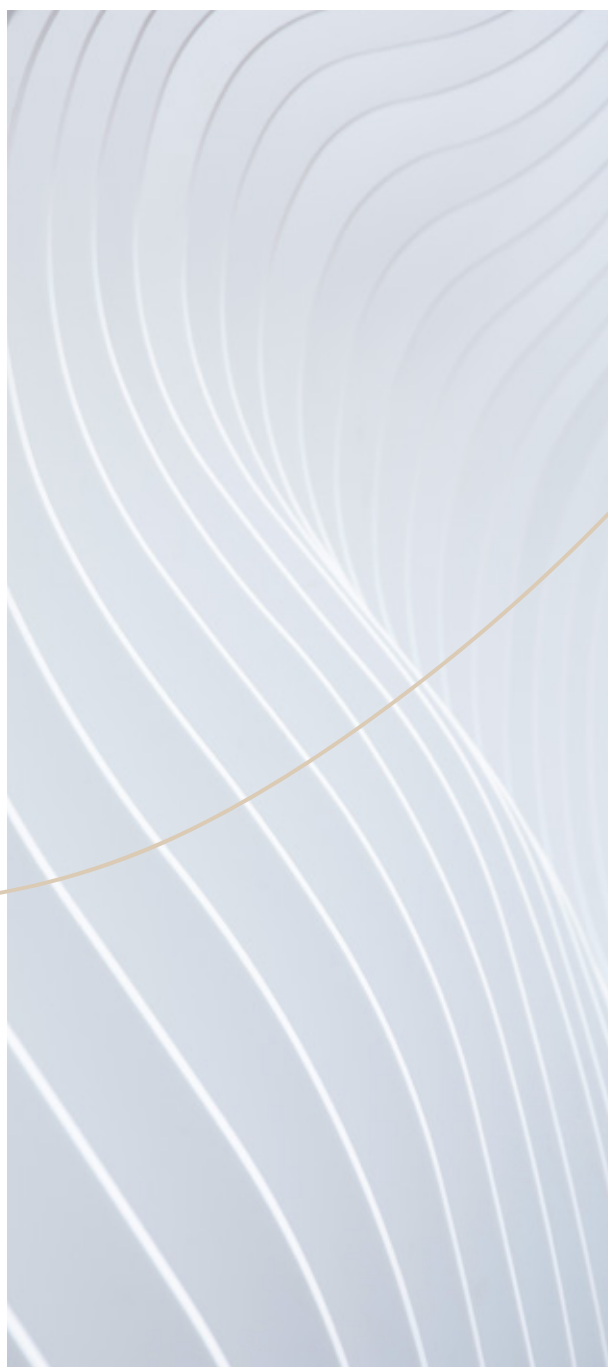
Impacto en el valor del negocio

Impactos vinculados a la sostenibilidad que afectan a la rentabilidad financiera y a la capacidad para crear valor para el negocio.

Impacto en el medioambiente y las personas

Impactos en el entorno y en los grupos de interés de PyD.

A través de este estudio, podemos conocer e informar sobre nuestro impacto externo, y acerca de los riesgos y oportunidades del contexto que pueden afectar a nuestro negocio a corto y largo plazo. Este conocimiento también nos ayudará a definir las estrategias, políticas y medidas necesarias para mitigar los impactos negativos y potenciar los positivos.





Matriz de relevancia 2023

Análisis externo

El enfoque metodológico partió de una primera fase de identificación y actualización de los asuntos más relevantes para PyD mediante un triple análisis.

- **Estándares ESG:** principios de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), OCDE, Foro Económico Mundial, Principios Rectores de Empresas y Derechos Humanos, etc.
- **Criterios empleados por los principales analistas de rating ESG:** SASB, Dow Jones Sustainability Index (DJSI), Carbon Disclosure Project (CDP), etc.
- **Regulación:** análisis de las implicaciones del desarrollo legislativo del Pacto Verde Europeo, CSRD, Fondos de Recuperación para Europa (*Next Gen EU*), Directiva de Diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad, etc.

Análisis sectorial

- Estándares sectoriales como *Cosmetics Europe*.
- *Benchmark* de otras empresas líderes del sector de perfumería.

Análisis interno

Además del análisis de documentación interna relevante, se realizaron entrevistas en profundidad a las cuatro comisiones de trabajo resultantes de las líneas de actuación del Plan Director de Sostenibilidad de PyD.

- Comisión Producto
- Comisión Operaciones
- Comisión Personas
- Comisión Gobierno

Los temas identificados en este análisis fueron los siguientes:

1 Diseño y desarrollo del producto en base a un análisis de ciclo de vida

2 Modelo de negocio y capacidad de adaptación

3 Impactos de productos y servicios en el cambio climático

4 Emisiones de GEI

5 Gestión de agua y aguas residuales

6 Gestión de residuos y materiales peligrosos

7 Impactos en ecología y biodiversidad

8 Calidad y seguridad del producto

9 Prácticas de venta y etiquetado de productos

10 Gestión de la cadena de suministro

11 Prácticas laborales

12 Atracción, desarrollo y formación

13 Compromiso, diversidad e inclusión de los empleados

14 Prácticas laborales

15 Gestión del entorno legal y regulatorio

Diseño del negocio e Innovación

Proveedores

Medioambiente

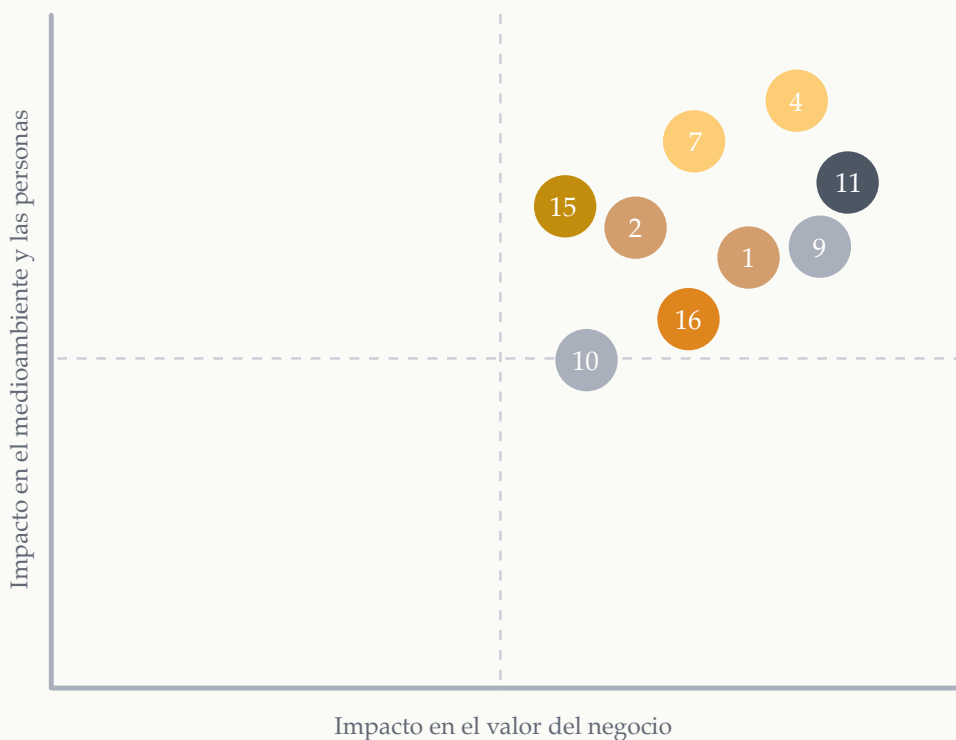
Profesionales

Clientes

Ética y Buen Gobierno



A continuación, los temas materiales se evaluaron y se ponderaron tanto desde una perspectiva de impacto social y medioambiental como de creación de valor para el negocio. El resultado es la nueva matriz de materialidad de PyD.



- 1 Diseño y desarrollo del producto en base a un análisis de ciclo de vida
- 2 Modelo de negocio y capacidad de adaptación
- 4 Emisiones de GEI
- 7 Impactos en ecología y biodiversidad
- 9 Calidad y seguridad del producto
- 10 Prácticas de venta y etiquetado de productos
- 11 Gestión de la cadena de suministro
- 15 Compromiso, diversidad e inclusión de los empleados
- 16 Ética empresarial





2.4

Nuestra hoja de ruta en la generación de impacto positivo

En PyD somos conscientes de los múltiples desafíos que afronta la humanidad. El cambio climático, la pérdida de la naturaleza o el incremento de la desigualdad social nos interpelan a todos. En este momento convulso y prácticamente en el ecuador de la Década de Acción³, las empresas debemos asumir un mayor liderazgo para contribuir a atajar estas amenazas.

Con el objetivo de **generar impacto positivo en materia ambiental, social y de buen gobierno a través de toda la cadena de valor** (productos, personas y *partners*), desde 2022 contamos con un plan director de sostenibilidad: **Net Positive Impact Plan**.

Esta hoja de ruta incluye una visión a tres años y un ámbito de actuación en el que desde PyD aspiramos a ser **ejemplo y catalizador**. Como ejemplo, asumimos un papel activo en el desarrollo de nuestros productos y operaciones con estándares sociales y ambientales. Y en el rol de catalizadores, impulsamos a nuestra cadena de valor, proveedores y marcas hacia la innovación y la incorporación de prácticas sostenibles en sus productos y operaciones.

Gobierno de la sostenibilidad en PyD

El **Comité de Sostenibilidad** es el encargado de definir, impulsar y monitorizar el cumplimiento de los objetivos anuales de sostenibilidad y los avances de las principales líneas de actuación.

Este comité reporta directamente a la Dirección General de PyD, y está compuesto por las direcciones Financiera, Marketing, Producción, Comunicación y Recursos Humanos. Estos directores son, además, los responsables de las principales líneas de actuación establecidas en el *Net Positive Impact Plan*.

En 2023 el Comité de Sostenibilidad celebró cuatro reuniones con periodicidad trimestral.

Líneas de actuación

El *Net Positive Impact Plan* se articula en cuatro líneas de actuación con diferentes iniciativas, algunas ya completadas en 2023 y otras en las que seguimos avanzando en 2024. Conscientes de la importancia de adecuar siempre este plan al contexto y las necesidades del negocio, en el último año hemos actualizado esta hoja de ruta con nuevos objetivos para 2024 y 2025.



Productos con impacto positivo

Innovamos en el desarrollo de productos propios con impacto positivo e impulsamos a las marcas en la incorporación de componentes sostenibles.



Operaciones con impacto positivo

Fomentamos las prácticas sostenibles en PyD y en toda nuestra cadena de valor.



Personas como motor de cambio

Empoderamos al equipo PyD como imprescindible motor de cambio.



Cultura, ética y transparencia

Asumimos y potenciamos en nuestros colaboradores los más elevados estándares en materia de buen gobierno y rendición de cuentas.

³ El término "Década de Acción" hace referencia al llamamiento global realizado en 2019 para acelerar el progreso hacia el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas para 2030.



Líneas de actuación	Compromisos		Iniciativas	Nuevas 2024-2025
Productos con impacto positivo Ver capítulo 3 y capítulo 6	Generación de un sistema de medición		Identificación de componentes de producto	Generación del estándar: Fragancia + Packaging
	Alternativas ESG de desarrollo		Estudio de alternativas	Circularidad + Lujo sostenible: <i>refill, segunda vida, blacklist</i>
	Comunicación de ESG en producto		Comunicación interna	Comunicación externa: trazabilidad
Operaciones con impacto positivo Ver capítulo 3 y capítulo 6	Reducción de la huella de carbono		Alcance 1 y 2	Alcance 3 y gobernanza
	Proveedores responsables		Gestión <i>compliance</i> (KYC)	Análisis, evaluación, sistema de gestión ESG (D3S)
	Eficiencia en las operaciones		Estudio de alternativas	Estudio de alternativas
Personas como motor de cambio Ver capítulo 5	PyD con la sostenibilidad		Valores alineados con la sostenibilidad	Formación a empleados en sostenibilidad: Embajadores
	Establecer un cuadro de mando		KPIs reportados en la memoria	Reporte KPIs: consolidación
	Vincular los objetivos de sostenibilidad al variable		Objetivos globales de PyD	Objetivos por comisión
Cultura, ética y transparencia Ver capítulo 4	Actuación del Código Ético		Actualización	Formación del Código Ético
	Actualización del Código de Proveedores		Actualización	Gestión de riesgos ESG Integrado: Debida Diligencia
	Canal de denuncias anónimo y confidencial		Publicación en la web	Medición y seguimiento del canal
	Reporte y transparencia		Publicación memoria 2022	Informe integrado



En progreso



Iniciativa completada

03

Modelo de negocio: excelencia y mejora continua

- 3.1. Un portafolio exclusivo
- 3.2. Reforzamos nuestros compromisos
- 3.3. Una cadena de valor de primer nivel



3.1

Un portafolio exclusivo

Tenemos dos líneas de negocio: las **marcas propias de perfume**, como HALLOWEEN, TOUS Perfumes, Nightology, EL GANSO; SCALPERS; y las marcas que distribuimos, que incluyen fragancias (**Goutal Paris, Juliette has a gun, Versace, Cartier o TUMI**, entre otras) y cosmética (**AHAVA**).



Nuestras marcas de perfumes

Nos rodeamos de las mejores marcas, aquellas que combinan una trayectoria reconocida con una presencia exquisita en puntos de venta. El resultado es una colección de referencias para los consumidores que quieren reforzar su personalidad desde el buen gusto y el estilo.

HALLOWEEN

La primera elección para quienes buscan explorar el lado más asombroso y mágico de la realidad. En 1997 HALLOWEEN Edt llegó al mundo de la perfumería selectiva. Su frasco en forma de ánfora se viste de malva, un color revolucionario en ese momento y con el que hace historia. Se convierte en un icono intergeneracional que sigue seduciendo a sus primeras fans y conquistando a las nuevas generaciones.

Con el paso de los años, HALLOWEEN ha logrado convertirse en una marca de perfumes que con sus diferentes creaciones conquista a mujeres y hombres de los cinco continentes.

TOUS Perfumes

Nuestra línea de perfumes-joya de TOUS es al sector de la perfumería lo que la propia TOUS es a la joyería: un caso de éxito comercial que demuestra que es posible acercar el buen gusto a un número masivo de consumidores.

Fue en el año 2000 cuando creamos TOUS Perfumes, nuestra apuesta por recorrer un terreno desconocido en aquel momento: trasladar la esencia de una marca icónica de joyas a una nueva línea de fragancias. ¡Y lo conseguimos!.



EL GANSO

Cuando empezamos a colaborar con EL GANSO, nos enfrentamos de nuevo al reto de llevar la personalidad de una marca a un perfume, tal y como ya habíamos hecho con TOUS. Y no era fácil, porque la marca creada en 2004 combina, de una forma desenfadada, colores y estampados atrevidos con patronajes inspirados en el estilo *preppy* británico.

Aceptamos el desafío, y en 2019 vio la luz la primera línea de fragancias bajo el nombre EL GANSO Perfumes, un primer acercamiento a ese estilo único que refleja la diversión y el colorido con un toque vintage, de la marca. Hoy, cuatro años después, la colección ya incluye fragancias masculinas, femeninas, y para toda la familia.

NIGHTOLOGY

La noche fue siempre un momento de inspiración para Jesús del Pozo. De ella extrajo el misterio, la sofisticación y la sensualidad, y las plasmó en creaciones memorables como Arabian Nights o The Nights Collection.

Nightology, nacida en 2021, recoge la quintaesencia de estas creaciones y las expande a momentos únicos que son recreados en fragancias inolvidables. Una familia de Eau de Parfums nacidos de las complejas mezclas de las materias primas más genuinas, penetrantes e inigualables. Con una calidad excepcional que despiertan nuestros sentidos y nos ayudan a percibir el verdadero origen de la belleza.

SCALPERS

SCALPERS Perfumes es un ejemplo más de nuestra inquietud por desarrollar productos acordes a diferentes públicos, siempre en sintonía con el estilo de la marca: con un toque joven, rebelde y desenfadado. ¿Conseguiríamos desarrollar una fragancia icónica que cautivara a todos aquellos que hoy lucen la reconocida calavera? Desde luego.

En 2019 firmamos con la marca una licencia de perfumes para la producción y distribución global de sus fragancias, y dos años después lanzamos la primera creación masculina, SCALPERS The Club. Hoy, la línea masculina se completa con sus líneas de fragancias femeninas e infantiles.

Marcas distribuidas en España

División de fragancias

Goutal París

La casa de alta perfumería fundada en 1981 conserva la misma esencia con la que nació: captura instantes vividos para convertirlos en fragancias memorables. Su espíritu eterno, muchas veces intimista y siempre sofisticado, resulta una apuesta segura para las personalidades más exigentes.

Juliette has a gun

Fundada en 2006 por Romano Ricci, nieto de la diseñadora Nina Ricci y familia del perfumista Robert Ricci, apunta a una mujer cautivadora, dinámica y chic, y lleva el romanticismo que tenía en mente su creador a un paisaje más urbanita y moderno, siempre con el perfume como el arma de la protagonista, Juliette.

División de cosmética

AHAVA

Hace más de 35 años, este laboratorio irrumpió en el mercado de la cosmética con una visión única: apostar por una gama de productos y tratamientos que fueran ecológicos y veganos, y que esta forma de hacer las cosas permeara también en los propios procesos de investigación y desarrollo. Hoy, la marca cuyos productos nacen de los recursos naturales del Mar Muerto, sigue siendo un referente por su sostenibilidad y cuidado del entorno.



3.2

Reforzamos nuestros compromisos

Calidad y seguridad por encima de lo exigido

Nuestro compromiso con la máxima calidad y seguridad de nuestros productos nos impulsa a seguir escrupulosamente la legislación e, incluso, a ir más allá de lo que marca la ley. Porque sabemos que hacemos bien las cosas, pero en nuestra identidad no cabe el conformismo: si existe una posibilidad de mejora, queremos explorarla.

Todo nuestro portafolio está sujeto a los estándares europeos⁴, que son los más elevados en este sector, y garantizan que los artículos cosméticos sean eficaces, seguros y de calidad.

Lejos de limitar estas exigencias a las fronteras, en PyD llevamos la rigurosidad y exigencia de los estándares europeos a los productos que comercializamos fuera de la Unión Europea, con lo que superamos con creces los requerimientos obligatorios en varios de los países en los que operamos.

Además, nuestros productos se someten a estudios de control microbiológico estandarizados, así como a estrictos protocolos y normas de calidad en esta materia.

Nuestros centros de producción y distribución cumplen con las **garantías y las certificaciones requeridas para la fabricación de perfumes y cosméticos de acuerdo con las regulaciones vigentes**, que son:

- Certificado AEMPS de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios.
- Norma europea ISO 22716:2008. Proporciona a las empresas las directrices para la fabricación, el control, el almacenamiento y la distribución de productos cosméticos de modo que se garantice su calidad y seguridad.
- Normas de seguridad de la Asociación Internacional de Perfumería (IFRA, por sus siglas en inglés). Todas nuestras fragancias incluyen información de seguridad.

Además, durante 2023 hemos creado y revisado procedimientos internos para garantizar la seguridad del producto. Estos procedimientos han sido auditados por Intertek, una agencia externa e independiente que garantiza que están formulados correctamente.

⁴ El principal es Reglamento (CE) n.º 1223/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de noviembre de 2009, sobre los productos cosméticos.



Procedimiento de Evaluación para la Retirada de Producto del Mercado

Establece un sistema de alerta para una gestión rápida y eficiente de todas las incidencias que puedan afectar a la identidad, la seguridad, la eficacia o la calidad del producto (cosmetovigilancia incluida), así como a situaciones de incumplimiento de registros que puedan implicar la retirada del mercado de los productos afectados.

Procedimiento de Control Interno de Normativas

Establece el proceso de actuación interno cuando cambia la normativa vigente en cualquiera de los países en los que PyD distribuye y comercializa sus productos, ya sean finales o en materias primas. El objetivo es garantizar en todo momento la seguridad del producto y cumplimiento del marco regulatorio aplicable a cada país.

Procedimiento de Control de Comunicaciones

Establece las bases para las comunicaciones en toda la organización de PyD, ya sean internas o externas. Los objetivos principales son dos: el primero es asegurar la comunicación interna eficaz y ágil, así como la coordinación entre los diferentes departamentos de PyD; y el segundo consiste en regular los canales para la emisión, recepción, petición, respuesta y requisitos de comunicaciones internas y externas.

Procedimiento de Cosmetovigilancia

Establece un sistema de alerta para una gestión rápida y eficiente en caso de que hubiera que reportar un efecto adverso grave no deseado de alguno de los productos.

Afecta a la gestión de la cosmetovigilancia, la actividad destinada a recoger, evaluar y monitorizar la información sobre los efectos no deseados observados como consecuencia del uso normal o razonablemente previsible de los productos cosméticos. Gracias a la cosmetovigilancia, es posible conocer la naturaleza y frecuencia de estos efectos, con el fin de tomar las medidas necesarias para prevenir su aparición, reducir su incidencia y proteger la salud pública.

La información de los efectos no deseados y efectos graves no deseados se refleja en el expediente de evaluación de seguridad de cada producto.





Devoluciones y procedimiento de destrucción

Aunque en todo momento aspiramos a la excelencia, somos conscientes de que, en algunas ocasiones, ciertos productos no llegan a los estándares exigidos en nuestra cadena de valor.

Para acometer esta casuística, contamos con dos procedimientos: la gestión de devoluciones de clientes (de productos en mal estado o defectuosos) y la destrucción de mercancía.

Procedimiento de Gestión de Devoluciones de Clientes

Establece el modelo de gestión de las devoluciones de productos en mal estado o defectuosos realizadas a PyD, lo que incluye a todos nuestros clientes y también las marcas de distribución, con el objetivo de asegurar la calidad del producto y cuadre de inventarios.

En 2023 se registraron 309 devoluciones con un total de 18.767 unidades devueltas. Este dato subraya nuestro elevado compromiso con la calidad.

El total de unidades producidas fue de 14.582.716.

Procedimiento de Destrucción

Describe el procedimiento de destrucción de una mercancía que, por diversos motivos, no se considere apta para su puesta en el mercado. Es aplicable a todos los productos de PyD destinados a su destrucción.

En cuanto a nuestra comunicación directa con el consumidor final, atendemos todas las que recibimos a través de Instagram, correo electrónico o cualquier otra vía.

Cada reclamación es tratada y contestada por la persona que la recibe, con el apoyo del Departamento Técnico si es necesario.

Retos 2024

Nuestro compromiso con la excelencia y el autoanálisis continuará, como no podía ser de otro modo, en 2024, con el desarrollo de procedimientos en torno al proceso de validación del *bulk*, la vida útil de productos, el proceso de retención de muestras, la revisión del sistema de loteado o el flujo de la trazabilidad del producto, entre otros.



Productos con impacto positivo

Aspiramos a que el impacto ambiental de nuestra actividad sea el menor posible, y con tal objetivo desplegamos un ambicioso plan que alcanza todos los procesos:

el *Net Positive Impact Plan* y, en concreto, la línea estratégica Productos con impacto positivo.

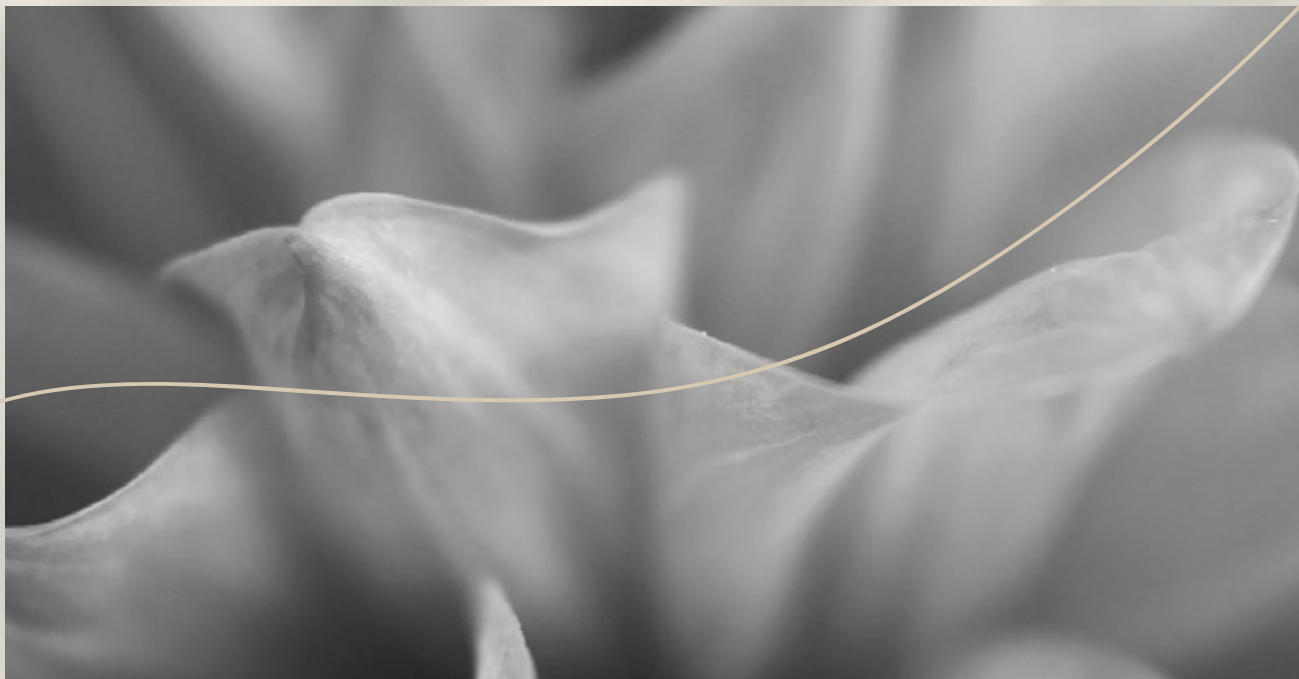
Dos son las claves que ponen en práctica este compromiso:

La medición del impacto ambiental

Medimos con exactitud el impacto de nuestros artículos a lo largo de todas sus fases. Desde el volumen de uso de las materias primas hasta la utilización de los materiales para el *packaging* y almacenamiento, entre otros procesos. Porque solo podemos mejorar aquello que podemos medir.

Una exigente selección de las materias primas e ingredientes

Escogemos materias primas e ingredientes que sean respetuosos con el medioambiente y con las personas. En los nuevos productos desarrollados no empleamos siliconas cíclicas para los productos que necesitan aclarado (*rinse-off*, en inglés) ni tampoco usamos butilhidroxitolueno o BHT ni covabsorb para la conservación de nuestros productos porque podrían ser, además de dañinos para el medioambiente, disruptores endocrinos.





3.3

Una cadena de valor de primer nivel

Somos capaces de distribuir nuestros productos y los de nuestros clientes en cualquier parte del mundo. Lo conseguimos gracias a una cadena de valor que funciona de principio a fin, que es eficiente y que genera seguridad. Las grandes marcas de perfumería y cosmética lo saben y confían en nosotros porque diseñamos y ejecutamos **estrategias 360°** que garantizan que sus productos lleguen a los consumidores en las mejores condiciones posibles. Y que se expongan en las estanterías y mostradores de los *retailers* más prestigiosos del mundo, el mejor escaparate posible para las fragancias y los cosméticos de nuestro portafolio.

Pero además de asegurar que nuestra cadena de valor es eficiente y segura, nos esforzamos por que sea también sostenible. Como un macroproceso del que forman parte productores, distribuidores, *retailers* y consumidores, nuestra cadena de valor representa una oportunidad única para maximizar el impacto positivo que podemos lograr en las personas y nuestro entorno.

Ahí entra nuestro *Net Positive Impact Plan*, gracias al cual queremos ser un catalizador para todos los actores implicados para que, juntos, impulsemos la innovación y las prácticas sostenibles en todas las operaciones.



Net Positive Impact Plan: Operaciones con impacto positivo

Un año de avances

En 2023 seguimos desarrollando y ampliando el *Net Positive Impact Plan*, nuestra hoja de ruta para incrementar el impacto positivo de nuestras operaciones.

En enero implantamos el **procedimiento de Homologación y Alta de Proveedores**, en el que se reflejan la documentación y datos necesarios para abrir un nuevo proveedor en cumplimiento a todas las normativas específicas del sector. Esto incluye también la práctica KYC (o Conoce a tu cliente, por las siglas en inglés) que promueve la transparencia en las relaciones comerciales y la sostenibilidad.

También nos propusimos trazar la **naturalidad de nuestras fragancias**. Para ello, definimos internamente las más significativas (65), y trabajamos de la mano de nuestras casas perfumistas y nuestros envasadores para evaluar la naturalidad de las materias primas utilizadas según la norma ISO 16128.

Por otro lado, de acuerdo con el objetivo de aumentar el **peso de la cadena de suministro más próxima**, en el último año iniciamos el proyecto de búsqueda de alternativas locales a nuestros proveedores internacionales. Para ello, en primer lugar, analizamos el número total de proveedores gestionados por el Departamento de Operaciones y realizamos una comparación entre los nacionales y los internacionales. Del mismo modo, durante 2023 también estudiamos el origen (proveedor nacional o internacional) y el lugar de fabricación de nuestras referencias (España, Europa o Asia), para seguir dando pasos en esta línea del plan.



Gestión de proveedores

En PyD queremos rodearnos de los mejores proveedores posibles, y para ello, hemos desarrollado protocolos de actuación para su selección, evaluación y mantenimiento del contacto comercial.

Código de Conducta para Proveedores

Cuando todos operamos bajo los mismos principios, avanzamos más rápidos y seguros. Por eso, nos esforzamos para que todos nuestros proveedores, ya sean nacionales o internacionales, cumplan con nuestro Código de Conducta para Proveedores, regido por los principios estipulados en:

- Los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo.
- La Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas.
- Los Principios de la OCDE.
- Los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

En concreto, somos especialmente escrupulosos en lo que concierne a:

- Precariedad laboral, condiciones inhumanas de trabajo, de trabajo forzoso o infantil.
- Salarios, remuneraciones y beneficios conforme a la ley.
- Horarios de trabajo y horas extra de acuerdo con la legislación vigente.

- Salud, higiene y seguridad laboral.
- Discriminación y acoso.
- Garantía total de diversidad e igualdad.
- Libertad de asociación.
- Sistema de gestión ambiental.
- Sistema de cumplimiento de obligaciones legales.
- Prácticas anticorrupción, soborno y prevención de blanqueo.
- Libre competencia.

En PyD esperamos que nuestros proveedores respeten nuestros valores y principios éticos y actúen de acuerdo con ellos en la gestión de sus respectivos negocios. Y no solo les exigimos que acepten este código, sino que procuramos que su cumplimiento también se extienda, en la medida de lo posible, a terceras partes (fábricas, subcontratistas y otros proveedores), para que nuestros estándares éticos y de cumplimiento alcancen todos los eslabones de la cadena de valor. **El Código de Conducta ha sido enviado al 100% de los proveedores.**





Otras políticas en la gestión de proveedores

Contrato de Confidencialidad

Documento legal que garantiza la confidencialidad de la información compartida con el proveedor para evitar la comunicación y/o divulgación a terceros no autorizados.

Protocolo de Destrucción

Documento que refleja la forma de destrucción de moldes con marcas, logos o cualquier otro elemento que pueda constituir un derecho de propiedad industrial y/o intelectual de PyD para evitar su mal uso y la infracción de dichos derechos, como falsificación u otros.

Condiciones Generales de Pedidos

Documento que establece los detalles y prescripciones de la preparación y tratamiento de nuestra mercancía, así como información que debe constar en facturas, confirmaciones de pedidos, albaranes y otros documentos relacionados con los pedidos.

Retos 2024

En 2024 está previsto trabajar con nuestros principales proveedores de envasado, vidrio y decoración en la redacción y firma de los **Cuadernos de Cargas**. También tenemos como objetivo la redacción y validación del Procedimiento de Compras, y el Procedimiento para la Auditoría y Evaluación de Proveedores.





Nuestros distribuidores y clientes

Confianza, cercanía y flexibilidad. Son los atributos que caracterizan la relación existente con nuestros distribuidores, entre los que se encuentran algunos de los mejores retailers a nivel mundial.

JCPenney

falabella.

bloomingdales

Paris Gallery

РИВ ГОШ
перфюмерия и косметика

Liverpool

El Corte Inglés

Sasa
making life beautiful

El Palacio de Hierro

SEPHORA



Net Positive Impact Plan: Personas como motor de cambio

Un año de avances

Las personas que componen nuestro equipo de ventas están llamadas a convertirse en **“embajadores de la sostenibilidad”** ante las miles de personas con las que interactúan cada día. En este sentido, con la idea de reforzar esta preparación, en 2023 lanzamos un comunicado para informar y sensibilizar al equipo de ventas sobre la importancia de agotar los *testers* en su totalidad y no desecharlos cuando aún mantienen su utilidad.

Además, en PyD apostamos continuamente por la comunicación, con *newsletters* específicas para marcas y distribuidores, y la publicación en nuestras redes sociales de las principales iniciativas en materia de sostenibilidad.

04

Liderazgo ético y de cumplimiento

- 4.1. Nuestra guía: gobierno corporativo
- 4.2. Cultura ética y cumplimiento
- 4.3. Gestión eficaz de riesgos





4.1

Nuestra guía: gobierno corporativo

Si una empresa aspira a ser ejemplar, debe serlo primero de puertas hacia adentro. En PyD lo sabemos bien, y por eso cada año nos esforzamos en mejorar nuestra gestión interna en materia de gobierno, ética y cumplimiento corporativo. Todo ello conforme a nuestros principios y a las recomendaciones y estándares de referencia, tanto a nivel local como global.

Contamos con **códigos, planes de actuación y protocolos de buenas prácticas** que guían nuestra actividad y establecen un marco de referencia interno. Gracias a ellos, podemos afrontar la toma de decisiones sabiendo que nuestras actuaciones son totalmente transparentes, formales, adecuadas a la legislación vigente (en España y en todos los territorios donde operamos) y seguras también en cuanto al manejo y custodia de la información interna.

En este sentido, en 2023 hemos dado un paso adelante tras presentar la nueva imagen corporativa de PyD. Hemos adaptado todos los documentos que forman parte del sistema de cumplimiento normativo, incluyendo el Código Ético, el Manual de Prevención de Delitos, el Procedimiento de Gestión del Canal Ético, entre otros. Además, hemos redactado dos nuevos procedimientos de control: el Protocolo de Prevención del Acoso y una Política Anticorrupción.

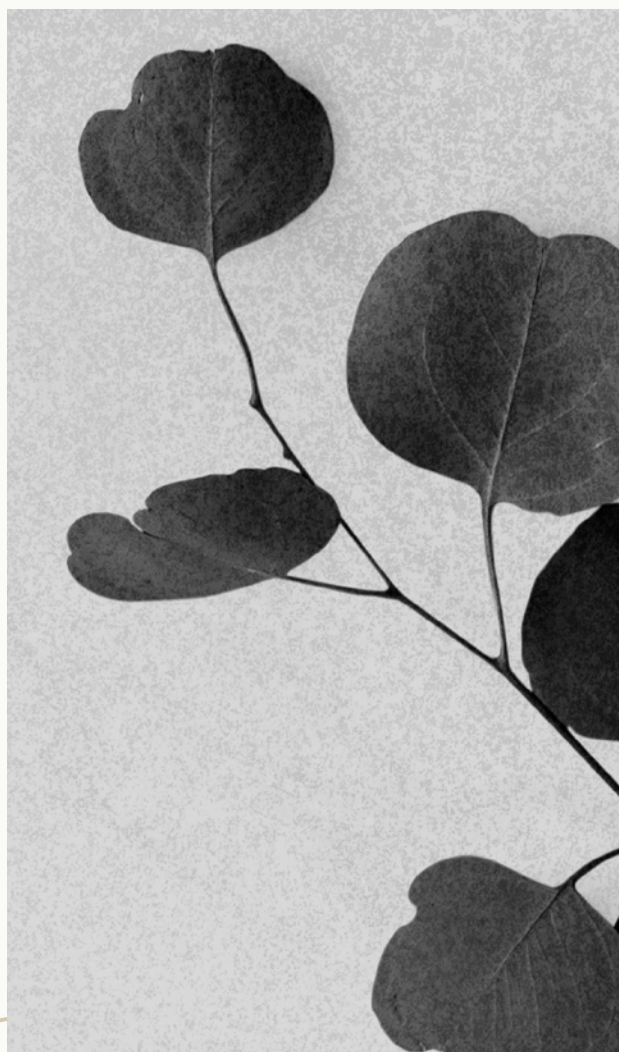
En 2023 hemos adaptado todos los documentos que forman parte del sistema de cumplimiento normativo.

A todo ello debemos añadir el primer año de actividad del **Comité de Sostenibilidad**, en el marco del *Net Positive Impact Plan*, que se encarga del seguimiento de las metas e iniciativas del plan. Como estímulo y muestra del compromiso de nuestros equipos con estos objetivos, hemos vinculado un porcentaje de la retribución variable al cumplimiento de los objetivos ASG de nuestro plan.

Estructura de gobierno de PyD

Nuestra estructura de gobierno está articulada en función de nuestro negocio, y nos permite tomar decisiones ágiles para adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes o del mercado. De esta forma, combinamos solidez y dinamismo para ofrecer respuestas rápidas y consensuadas entre los responsables de cada área.

En la primera línea de la organización se encuentra su presidente, Pedro Trolez Martínez, quien cuenta con el Comité de Dirección, formado por los directores de las once áreas y liderado por el director ejecutivo, Pedro Trolez Cortina.





4.2

Cultura ética y cumplimiento

Cumplimiento, integridad y transparencia son tres ejes que vertebran nuestra actividad y alcanzan a todo nuestro equipo, independientemente de sus funciones y responsabilidades. Lo conseguimos porque contamos con códigos, planes, políticas y protocolos con los que llevamos a la práctica nuestro compromiso con la ética y el cumplimiento.

Marco interno de referencia

Tanto el Código Ético y de Conducta como el resto de las políticas y procedimientos detallados en este apartado, son de obligado cumplimiento para todos los empleados de PyD.

● Código Ético y de Conducta

Es el documento por el que se rige nuestro comportamiento y el de nuestros colaboradores en todos los niveles del grupo y en todas las sociedades que lo conforman. En virtud de este código, condenamos cualquier acto que pueda constituir una acción de corrupción o soborno, y nos comprometemos a prevenir, investigar y resolver cualquier caso de esta naturaleza. Del mismo modo, esperamos que nuestros empleados y asociados comerciales conozcan y sigan las leyes anticorrupción en todos los lugares donde hacemos negocios.

En nuestro Código Ético y de Conducta, además, se indica que PyD prohíbe cualquier conducta o acuerdo que pueda limitar la libre competencia en el mercado o que pueda considerarse abusivo, ilegítimo o que atente a la libre competencia.

● Código de Conducta para Proveedores

En PyD esperamos que nuestros proveedores respeten nuestros valores y principios éticos en la gestión de sus respectivos negocios. Por ello, les exigimos que cumplan con los principios desarrollados en nuestro Código de Conducta para Proveedores y, a su vez, que los extiendan a terceros (fábricas, subcontratistas y otros proveedores) garantizando unos estándares éticos y de cumplimiento similares a los establecidos por PyD.

● Manual de Prevención de Delitos

El manual describe el modelo de prevención de delitos del grupo PyD, cuyo objetivo es prevenir y concienciar sobre la comisión de cualquier delito tanto en la propia compañía como en su nombre, especialmente si son delitos que pudieran generar una responsabilidad penal para la persona jurídica. Este manual está inspirado en los principios de buen gobierno, transparencia y sostenibilidad, y basado en los principales estándares y normativa aplicable.

● Mapa de Riesgos Penales

Tiene en cuenta la actividad desarrollada por PyD, los tipos delictivos que pueden comportar la responsabilidad penal de la persona jurídica y también aquellos que permiten la aplicación de las medidas accesorias recogidas en el artículo 129 del Código Penal.

● Catálogo de Controles de Riesgos

Contiene la relación de controles establecidos por PyD.



● Plan de Acción

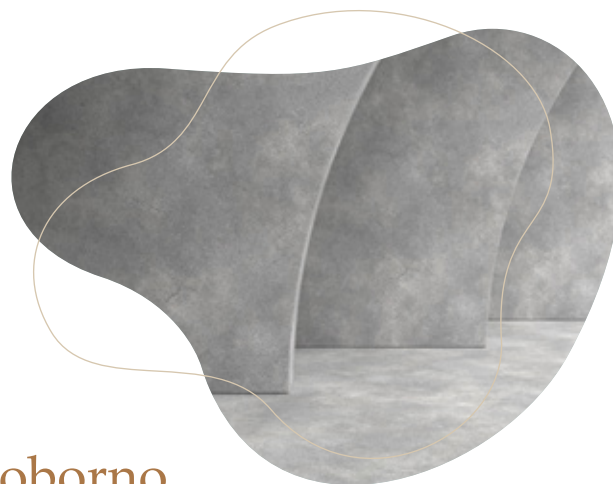
Herramienta de regeneración constante, que identifica y sigue cualquier iniciativa de mejora sea cual sea su origen. Estas iniciativas pueden provenir de las áreas, los órganos de cumplimiento, de las comunicaciones recibidas en el Canal Ético o de terceros (organismo supervisor, auditor, etc.).

● Política Anticorrupción

Establece los principios de actuación necesarios para cumplir los requerimientos legales en materia de anticorrupción, en consonancia con lo establecido en el Código Ético y de Conducta y otras normativas internas de PyD.

● Protocolo de Prevención del Acoso

Describe cómo debe actuar todo el personal de PyD para prevenir, evitar y denunciar cualquier tipo de acoso psicológico, sexual o por razón de género. También recoge cuáles son las actuaciones de instrucción y sanción internas y sus garantías.



Lucha contra la corrupción y soborno

Tolerancia cero es nuestra postura frente cualquier forma de corrupción y trato de favor ya sea en el ámbito público o en el privado. Prohibimos y perseguimos todas las conductas que puedan considerarse soborno, pago o comisión indebida. Y no solo vigilamos que ocurran en nuestro entorno, sino que colaboramos con las entidades para facilitar la supervisión desde los organismos públicos.

En 2023 dimos un paso más en la persecución de la corrupción con una nueva **Política Anticorrupción aprobada a finales de año por nuestro presidente**. Esta política establece los principios de actuación para cumplir los requerimientos legales en materia de anticorrupción, de acuerdo con lo estipulado en nuestro Código Ético y de Conducta y en el resto de las normativas internas de PyD.

Nuestra información financiera refleja fiel y verazmente la situación económica y patrimonial de todas las sociedades que componen nuestro grupo. Disponemos de controles y procedimientos internos que garantizan la elaboración de los estados financieros de acuerdo con la normativa, los estándares y los principios contables. Además, nuestra información financiera es revisada por auditores externos independientes cuando lo exige la legislación.

Defendemos una competencia leal y en igualdad de oportunidades, y de este modo asumimos nuestra presencia en el mercado. Quedan prohibidas las siguientes acciones:

- Estafas, fraudes o engaños de cualquier tipo.
- Publicidad falsa.
- Espionaje industrial.
- Acceso a información confidencial de terceros.
- Uso de información privilegiada externa.
- Difusión de rumores falsos sobre productos, servicios, o condiciones del mercado.
- Apoderamiento, descubrimiento, difusión, revelación y cesión de secretos empresariales.
- Alteración de precios.
- Falsificación de medios de pago.
- Cualquier tipo de acto que pueda ser considerado como impropio, fraudulento, corrupto o suponga un conflicto de intereses.
- Aceptar o realizar regalos, atenciones u obsequios más allá de la cortesía o que puedan ser interpretados como intentos de influir directa o indirectamente en las relaciones profesionales, administrativas o comerciales.



Blanqueo de capitales

En PyD estamos comprometidos con la lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo. Para ello, aplicamos medidas de diligencia debida que impiden que colaboremos con personas o entidades que pudieran cometer prácticas irregulares. Ante la mínima sospecha, actuamos con cautela y al amparo de nuestros mecanismos internos, y colaboramos con las autoridades competentes de ser necesario.

Debido a nuestra presencia global, somos conscientes de que debemos extremar las precauciones y abstenernos de realizar cualquier práctica que pudiera considerarse irregular en el ámbito de las relaciones con terceros. El objetivo es evitar que PyD pueda ser utilizada para llevar a cabo actos constitutivos de blanqueo de capitales o financiación del terrorismo.

Todos los departamentos de PyD deben aplicar las medidas de debida diligencia en sus relaciones comerciales y garantizar el origen lícito de los fondos de estas terceras partes.

Debida diligencia en derechos humanos

En PyD mantenemos el máximo respeto a los derechos humanos y las libertades públicas consagradas en la **Declaración Universal de los Derechos Humanos**. Un compromiso que comprende a todas las personas que forman parte de la compañía y también aquellas con las que nos relacionamos en nuestra actividad diaria. Asimismo, extendemos este compromiso a nuestros clientes y proveedores, tanto nacionales como extranjeros, a quienes apremiamos para que respeten y hagan respetar nuestros estándares relacionados con los derechos humanos y laborales.

En materia laboral, garantizamos el cumplimiento de los derechos de los trabajadores recogidos en los **convenios internacionales como los de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y vehiculados a través de disposiciones legales, convenios colectivos y los propios contratos**. Y, bajo ningún concepto, admitimos que se nos impongan condiciones en materia laboral o de Seguridad Social que puedan afectar o restringir estos derechos. Este rechazo se extiende también a cualquier tarea que pudiera desembocar en una situación de precariedad laboral.

Conflicto de intereses

Consideramos que un conflicto de intereses es toda aquella situación que interfiere en la neutralidad y la objetividad que deben regir nuestras funciones profesionales. Tal y como se establece en nuestro Código Ético y de Conducta, todos nuestros empleados deben evitar cualquier escenario que pueda generar un conflicto de intereses con un tercero, ya sea proveedor, cliente, competidor, etc.

Ante la sospecha de que un empleado pueda verse envuelto en un conflicto de esta naturaleza, nuestro sistema de cumplimiento establece la prohibición de participar en esta actividad y la obligación de comunicarlo inmediatamente al *compliance officer* y al director del área donde hubiera ocurrido.





Respeto a la libre competencia

El respeto a la libre competencia constituye uno de los requisitos imprescindibles para desarrollar la actividad económica. Solo en un entorno donde todos los participantes acatan las mismas reglas, que han de ser sólidas y justas, las empresas podemos ser competitivas y crear valor para la sociedad.

Por este motivo, la defensa de la libre competencia es uno de los principios recogidos en nuestro Código Ético y de Conducta, que prohíbe cualquier acuerdo que pueda limitar la libre concurrencia o considerarse abusivo o ilegítimo, como los pactos de precios o los repartos de mercado.

No solo no participamos en ninguna actividad que atente contra el libre mercado, sino que nuestros empleados tienen la obligación de informar urgentemente sobre cualquiera de estas prácticas.

Seguridad de la información

La tecnología y las redes de telecomunicaciones nos permiten desarrollar nuestro negocio en todo el mundo y contactar con clientes, proveedores y consumidores a través de canales digitales y redes sociales. Por tanto, proteger nuestra información y nuestros datos es indispensable para nosotros.

Para lograrlo disponemos de un sistema de gestión de los datos personales que preserva la privacidad de la información de acuerdo con los requerimientos legales. Además, nuestro protocolo de identificación de incidencias de seguridad tecnológica impide la destrucción, pérdida o alteración accidental o ilícita de datos personales, así como el acceso no autorizado a estos datos, tal y como lo exige la ley⁵.

Nuestro compromiso con la seguridad de la información comienza con los medios informáticos y tecnológicos corporativos, cuyo uso restringimos al desarrollo de nuestra actividad profesional, y siempre conforme a las normas internas y a un uso responsable y cuidadoso. Para asegurarnos de que es así, **en 2023 incluimos esta materia dentro de la formación sobre cumplimiento que se ha impartido a todos los empleados.**

Fomento de la transparencia

La vigilancia de la transparencia y la ética empieza por nuestros propios empleados, que están obligados a comunicar cualquier incumplimiento de nuestro Código Ético y de Conducta o de otra norma interna o ley aplicable. No hacerlo supondría una infracción del código y podría dar lugar a medidas disciplinarias.

Los empleados cuentan con un nuevo **canal ético de denuncias anónimas**, que hemos implementado con motivo de la aprobación de la ley de protección del informante⁶. Este canal, cuyo funcionamiento está regulado por el Procedimiento de Gestión del Canal Ético, está externalizado a través de la solución *Integrity Line* y es accesible desde nuestra web corporativa.

La gestión de este canal es responsabilidad de nuestro *compliance officer*, quien recibe cada caso en primer lugar y decide si es necesario iniciar una investigación interna. El canal también está habilitado para recibir consultas sobre la interpretación del Código Ético y de Conducta, del resto de normas internas de PyD y de la legislación vigente.

Todas las personas implicadas en la comunicación y/o investigación de un posible caso de vulneración de nuestras normas o de la ley tienen garantizados sus derechos de protección de datos. Prohibimos cualquier tipo de represalia para el denunciante siempre que actúe de buena fe y velamos por la confidencialidad en todo momento. Todo ello sin menoscabo del respeto a cualquier obligación o requerimiento legal que pueda derivarse de la denuncia.

En 2023 no se ha presentado ninguna denuncia a través del canal ético.

⁵ Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de esos datos, y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

⁶ Ley 2/2023, del 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción.



Responsabilidad fiscal

Nuestra estrategia fiscal se asienta sobre cuatro pilares: la transparencia, la simplicidad, el cumplimiento normativo y la optimización de procesos internos y recursos financieros. Observamos con atención las novedades en esta materia para implementar los cambios normativos tan pronto se produzcan, aun siendo conscientes del potencial riesgo de incumplimiento normativo en un contexto de constantes modificaciones.

Todas las empresas que forman el grupo consolidado mercantil cumplen sus obligaciones fiscales. La jurisdicción principal es España, tanto por impacto económico como por número de entidades, aunque también existen obligaciones fiscales en las filiales situadas en Estados Unidos y Portugal.

En cuanto a la información fiscal, consolidamos sobre la dominante todas las entidades que cumplen los requisitos para ello.

Impuestos sobre beneficios pagados (en euros)

	2023	2022
España	2.453.606,54	3.568.043,06
Portugal	141.459,86	120.392
Estados Unidos	45.603,61	33.946,95





4.3

Gestión eficaz de riesgos

En PyD nos esforzamos en mantener una cultura de gestión de riesgos que nos permita encarar con éxito cualquier adversidad e, incluso, anticiparnos a ellas. Para ello, nos valemos de nuestra **Política de Gestión Integral de Riesgos**, que identifica y valora los riesgos y establece controles para mitigar su posible impacto en nuestra estrategia de negocio, proyectos, procesos y operaciones.

Nuestro catálogo de riesgos

● Riesgos de mercado

Son aquellos derivados de los cambios cíclicos o estructurales adversos en la industria y la economía. Como distribuidores de producto, asumimos un posible riesgo de mercado motivado por cambios en la demanda de productos y servicios, que mitigamos adaptándonos y adelantándonos a las alteraciones en las tendencias.

● Riesgos de inventario

Se dan cuando no podemos vender todo el suministro de productos y/o por la posible pérdida de su valor. Intentamos reducir estos impactos adquiriendo productos y produciendo según nuestras previsiones de ventas. Y en la medida de lo posible, procuramos anticiparnos a los cambios de rumbo en los mercados.

● Riesgos de tipo de cambio

Ante las posibles pérdidas derivadas de las modificaciones en los tipos de cambio de divisas, limitamos este riesgo operando solo con una divisa (el dólar) y contratando coberturas de tipo de cambio respecto a ella.

● Riesgos de crédito

Guardan relación con la posibilidad de que un cliente no pueda hacer frente a su obligación de pago. Para minimizar este riesgo, realizamos exhaustivos estudios de solvencia de los clientes potenciales y establecemos unos límites de riesgo para cada caso con controles internos de aprobación. Estos estudios son dinámicos y se adaptan a la situación por la que pasa el cliente. Además, contamos con un seguro de crédito para dar cobertura a los posibles siniestros.

● Riesgos medioambientales

Están causados por el posible impacto negativo derivado de nuestra actividad en el medioambiente. Con el objetivo de reducir este riesgo, estamos adoptando proactivamente diferentes medidas como la instalación de paneles solares, la utilización de vehículos de empresa de bajas emisiones o la reducción de los materiales más perjudiciales en los procesos de elaboración de los productos.

● Riesgos normativos

Son aquellos derivados de los constantes cambios normativos tanto a nivel legislativo como fiscal. Aunque en el grupo PyD estamos al corriente de todas las novedades en estas materias, asumimos cierto riesgo de incumplimiento.

05

Presente y futuro ligado a las personas

5.1. Nuestras personas

5.2. Impacto positivo en la sociedad





5.1

Nuestras personas

En PyD sabemos que solo podemos ofrecer lo mejor de nosotros mismos si cuidamos de nuestro talento. El compromiso, la dedicación y el esfuerzo que ponemos en lo que hacemos nace, necesariamente, desde dentro. Son ellas, las personas, nuestro motor de cambio. Y por eso debemos asegurarnos de que tanto quienes se incorporan a la empresa como quienes ya forman parte de ella se sientan seguros, cómodos y reconocidos dentro de nuestro modelo de gestión de personas.

Somos una empresa que apuesta por la **igualdad de oportunidades**, la diversidad y la **inclusividad**. Ofrecemos un entorno de trabajo seguro y estable, ideal para desarrollar una carrera de largo recorrido, con beneficios relacionados con la salud y el bienestar y con un plan de formación para que nuestro talento crezca conforme lo hace PyD.

Además de cuidar de nuestro equipo, nos esforzamos por **atraer el mejor talento y fidelizarlo**. Nuestro crecimiento depende de nuestra capacidad para dotarnos de nuevos puntos de vista para afrontar los desafíos actuales y los que están por llegar. Y eso pasa necesariamente por situar la gestión del talento como uno de los ejes de nuestro negocio.

Estos asuntos, atracción, desarrollo y formación, y compromiso, diversidad e inclusión de los empleados, junto con las prácticas laborales, son tres de los temas clave identificados en nuestra matriz de relevancia de 2023.

Políticas y procedimientos en la gestión de personas

- Código Ético y de Conducta.
- Conciliación entre vida personal y laboral.
- Permisos y celebraciones retribuidos.
- Incentivos por matrimonio y nacimiento.
- Vigilancia de la salud y prevención de riesgos laborales.
- Anticipos, beneficios sociales y retribución flexible.
- Incorporación a la empresa (*onboarding*).
- Formación de personal.
- Retribución variable según objetivos para toda la compañía.



Perfil de nuestra plantilla⁷

Plantilla total y plantilla por sexo

	2022			2023		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Plantilla final⁸	271	59	212	291	67	224
Plantilla promedio⁹	238,81	56,34	182,47	281	63	218

Plantilla por región

	2022			2023		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
España	210,79	49,66	161,13	248,3	56,07	192,23
Portugal	17,45	5,11	12,34	20,05	4,9	15,15
Américas	7,57	0,57	7,00	10,05	1	9,05
Otros	3,00	1,00	2,00	3	1	2

Plantilla por nivel profesional

	2022			2023		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Órgano de administración	1	1	0	1	1	0
Dirección	16,10	8,24	7,87	16,38	7,33	9,5
Responsables de departamento	22,76	9,00	13,76	22	10	12
Fabricantes Producción	10,65	6,00	4,65	11	6	5
Comerciales¹⁰	121,37	13,11	108,26	152,19	15,14	137,05
Almacén	13,19	10,19	3,00	15,27	12,27	3
Administrativos/as	53,73	8,80	44,93	63,11	11,23	51,88
Auxiliares	0	0	0	0	0	0

⁷ Las nuevas empresas no impactan en los indicadores de plantilla, al no tener personal contratado.

⁸ Datos plantilla a cierre de ejercicio del 31 de diciembre 2023.

⁹ Datos plantilla promedio a lo largo del año 2023 (1 de enero de 2023 y 31 de diciembre 2023).

¹⁰ Para 2022 se incluye la suma de los datos en las categorías Comerciales y Comerciales-Venta Directa.



Plantilla por edad

	2022			2023		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Más de 50 años	96,08	22,69	73,39	105,07	25,10	79,97
Entre 30 y 50 años	128,57	31,34	97,23	141,63	34,2	107,43
Menos de 30 años	14,14	2,30	11,84	34,30	6,67	27,63

Plantilla por tipo de contrato

		2022			2023		
		Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Empleados promedio con contrato indefinido	Órgano de administración	1,00	1,00	0,00	1	1	0
	Dirección	16,10	8,24	7,87	16,83	7,33	9,5
	Responsables de departamento	22,76	9,00	13,76	22	10	12
	Fabricantes/ Producción	10,65	6,00	4,65	11	6	5
	Comerciales¹¹	110,14	12,10	98,04	120,32	12,9	107,42
	Almacén	12,55	9,55	3,00	14,27	11,27	3
	Administrativos/as	52,30	8,73	43,56	62,49	10,82	51,67
	Auxiliares	0,00	-	-	0	0	0
	Más de 50 años	92,50	22,70	69,80	91,35	24,1	67,25
	Entre 30 y 50 años	122,55	30,10	92,44	131,62	30,09	101,53
	Menos de 30 años	10,40	1,80	8,60	24,93	5,12	19,81
Empleados promedio con contrato fijo discontinuo	Órgano de administración	-	-	-	-	-	-
	Dirección	-	-	-	-	-	-
	Responsables de departamento	-	-	-	-	-	-
	Fabricantes/ Producción	-	-	-	-	-	-
	Comerciales¹¹	8,04	0,89	7,15	29,79	2,16	27,63
	Almacén	-	-	-	-	-	-

¹¹ Para 2022 se incluye la suma de los datos en las categorías Comerciales y Comerciales-Venta Directa.



		2022			2023		
		Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Empleados promedio con contrato temporal	Administrativos/as	-	-	-	-	-	-
	Auxiliares	-	-	-	-	-	-
	Más de 50 años	2,09	-	2,09	8,73	0	8,73
	Entre 30 y 50 años	4,35	0,52	3,83	11,29	1,11	10,18
	Menos de 30 años	1,60	0,37	1,23	9,77	1,05	8,72
	Órgano de administración	-	-	-	-	-	-
	Dirección	-	-	-	-	-	-
	Responsables de departamento	-	-	-	-	-	-
	Fabricantes/ Producción	-	-	-	-	-	-
	Comerciales ¹²	3,19	0,11	3,08	0,35	0,08	0,27
	Almacén	0,65	0,65	0,00	1	1	0
	Administrativos/as	1,44	0,07	1,37	0,62	0,41	0,21
	Auxiliares	0,00	-	-	0	0	0
	Más de 50 años	1,47	0,00	1,47	0,45	0	0,45
	Entre 30 y 50 años	1,72	0,72	1,00	1,03	1	0,03
	Menos de 30 años	2,12	0,11	2,01	0,5	0,5	0



¹² Para 2022 se incluye la suma de los datos en las categorías Comerciales y Comerciales-Venta Directa.



Plantilla por tipo de jornada

		2022			2023		
		Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Empleados promedio a tiempo completo	Órgano de administración	1	1	0	1	1	0
	Dirección	19	0	10	16,83	7,33	9,5
	Responsables de departamento	24	10	14	22	10	12
	Fabricantes/ Producción	11	6	5	11	6	5
	Comerciales ^{II}	77	12	65	57,46	11,9	45,56
	Almacén	16	13	3	15,27	12,27	3
	Administrativos/as	81	14	67	62,39	10,51	51,88
	Auxiliares	0	0	0	0	0	0
	Más de 50 años	67	24	43	46,68	14,38	32,3
	Entre 30 y 50 años	135	37	98	100,78	23,09	77,69
	Menos de 30 años	27	4	23	22,48	5,53	16,95
Empleados promedio a tiempo parcial	Órgano de administración	0	0	0	0	0	0
	Dirección	0	0	0	0	0	0
	Responsables de departamento	0	0	0	0	0	0
	Fabricantes/ Producción	0	0	0	0	0	0
	Comerciales ^{II}	170	6	164	94,73	3,24	91,49
	Almacén	0	0	0	0	0	0
	Administrativos/as	1	1	0	0,72	0,72	0
	Auxiliares	0	0	0	0	0	0
	Más de 50 años	92	2	90	47,39	1,72	45,67
	Entre 30 y 50 años	62	2	60	35,35	1,11	34,24
	Menos de 30 años	24	3	21	12,71	1,13	11,58



Creemos juntos

Nuestra plantilla tiene unos índices de rotación bajos tanto a nivel corporativo como en el equipo de ventas, en comparación con el resto del sector. Esta dinámica demuestra la importancia que concedemos a la experiencia de cada persona en la empresa. En PyD podemos decir con orgullo que nuestro equipo crece con nosotros.

En 2023 la tasa de rotación no deseada (con fijos discontinuos) fue del 22,53%, y del 15,28% sin contar los fijos discontinuos.¹³

Remuneraciones medias: por sexo, edad y clasificación profesional

La retribución salarial desglosada por sexo, edad y clasificación profesional se explica en las Cuentas Anuales de PyD.

Brecha salarial

En PyD apostamos por la igualdad salarial en todos los puestos de la empresa. En 2023, la brecha salarial fue del 13,07%.

Este dato se debe a que la categoría de Comercial de Venta Directa está formada en un 98% por mujeres, con lo que eleva el dato global. No obstante, el porcentaje se reduce significativamente en el resto de categorías profesionales de PyD.

Retribución igualitaria, por objetivos y conforme a la norma

Los criterios de igualdad y no discriminación rigen la distribución salarial de PyD, que complementamos con políticas de compensación según el cargo y las responsabilidades de cada persona.

Contamos con un programa de retribución flexible en el que ofrecemos a todo nuestro equipo un seguro de salud, una tarjeta de transporte, formación en idiomas y cheque guardería, además de tarjetas de comida para los profesionales que trabajan en la oficina y con jornada partida. También disponemos de una app para que los empleados puedan solicitar adelantos de la nómina y anticipos de las pagas extras.

En PyD respetamos y cumplimos todos los marcos normativos regionales y nacionales. Nuestro equipo disfruta de las remuneraciones y beneficios sociales y contractuales marcados por los convenios colectivos. Todo ello siempre acorde a la responsabilidad, experiencia o antigüedad de cada persona, entre otros criterios.

Retribución variable

Salvo el personal de almacén, toda nuestra plantilla disfruta de una retribución variable que depende de comisiones en el caso del personal de venta directa o de objetivos anuales en el de oficina. El Sistema de Gestión del Desempeño establece unos objetivos anuales que, de alcanzarse, determinan la retribución variable para cada uno. La cuantía siempre es un porcentaje de la retribución fija y varía en función del nivel de responsabilidad.

Con la implementación del *Net Positive Impact Plan* hemos incluido la sostenibilidad dentro de la retribución variable de PyD. Las ventas del grupo representan un 40 % del total, el EBITDA, otro 40 % y el compromiso con la sostenibilidad, un 20 %.

¹³ El aumento de la rotación se debe fundamentalmente a las bajas voluntarias producidas en 2023 y los fijos discontinuos aumentan considerablemente la cifra. En relación con 2022, la rotación no deseada en 2023 es superior por el movimiento acaecido en el mercado laboral después de la pandemia.



Cuidamos de nuestro talento desde el primer día

Para acoger a las nuevas incorporaciones de la mejor manera posible y hacer que se sientan cómodas en su nuevo entorno de trabajo, hemos diseñado un **programa de onboarding** que incluye un itinerario de formación sobre cada una de las áreas de la empresa. Esta guía de primeros pasos se complementa con un tutor o *buddy* que acompaña al recién llegado durante las primeras semanas y le guía en las cuestiones prácticas del día a día.

Con el objetivo de asegurarnos de que la incorporación y la acogida cumplen las expectativas de ambas partes, el Departamento de RR.HH. realiza una entrevista de seguimiento en el segundo trimestre tras la llegada del nuevo miembro de la familia PyD.

Diversidad e igualdad de oportunidades

Al igual que sucede con el desarrollo de nuestra actividad, el Código Ético y de Conducta también establece el marco en la gestión del talento en PyD, y sitúa como prioridades el respeto a la diversidad en todas sus formas y el fomento de la igualdad de oportunidades.

En los procesos de selección, nos regimos por el **principio de no discriminación**. En nuestras entrevistas quedan excluidas las cuestiones que podrían derivar en una situación discriminatoria de esa persona respecto al resto de candidatos.

Tenemos una política de tolerancia cero ante toda forma de acoso, abuso o discriminación por razón de sexo, raza, nacionalidad, religión, orientación sexual, edad, capacidad funcional o cualquier otra dimensión de la diversidad.

Ante denuncias, nuestro Código Ético y de Conducta nos permite reaccionar con agilidad y adoptar las acciones, investigaciones y sanciones oportunas, lo que incluye la protección y el anonimato del denunciante y del denunciado. Hasta la fecha, no se ha recibido ninguna comunicación de este tipo.

Ver más información sobre el canal de denuncias en [Fomento de la transparencia \(cap. 4\)](#)



Igualdad de género

Como parte de nuestro compromiso con el principio de igualdad de trato entre hombres y mujeres, contamos con el **Comité de Igualdad de PyD**, que reúne a representantes de la dirección y del equipo. Su misión es velar por el cumplimiento de los principios, objetivos y medidas del Plan de Igualdad, además de responder a las sugerencias y consultas que puedan surgir sobre cómo materializamos nuestro compromiso.

Nuestro Plan de Igualdad despliega un conjunto de medidas e instrumentos transversales a toda la organización que contemplan los siguientes objetivos:

- Comunicar el compromiso de la dirección con la igualdad.
- Garantizar un proceso de selección sin sesgo de género, para lo cual formamos a nuestro equipo de selección para que detecte y bloquee los sesgos inconscientes.
- Facilitar la ocupación equilibrada en todos los puestos.
- Asegurar índices de formación equitativos entre sexos.
- Certificar la no discriminación en las retribuciones.

Además, para garantizar la igualdad plena entre hombres y mujeres en el ámbito laboral, contamos con medidas de flexibilidad y conciliación entre la vida personal y profesional.



Un equipo diverso

Dentro de nuestro compromiso con la inclusión, en PyD adecuamos algunas de nuestras operaciones para que las personas con discapacidad motora o sensorial puedan realizarlas de manera segura.

Asimismo, prosigue nuestro acuerdo de colaboración con **Envera**, la Asociación de Empleados de Iberia Padres de Personas con Discapacidad, para impulsar la contratación de personas de colectivos vulnerables. Fruto de este acuerdo, ya contamos con dos personas con discapacidades en nuestro equipo.

Además, desde la **Fundación Arcoiris** y nuestro **Centro Especial de Empleo** nos esforzamos por lograr la plena incorporación al mercado laboral de estas personas.

Combinar juventud y experiencia

En PyD sabemos que la experiencia y la juventud se complementan y dan como resultado sinergias y mejores ideas. Por eso, en un sector donde se valora la juventud por encima de otros criterios, podemos sentirnos orgullosos de que más de la mitad de nuestro equipo de ventas haya superado los 50 años.

Este colectivo está muy presente tanto entre nuestras nuevas incorporaciones como entre el personal con más experiencia en PyD. En 2023 un 41% de las contrataciones con carácter indefinido fueron personas con más de 50 años.

Además, cuando nuestro talento sénior se acerca a la edad de jubilación, facilitamos el acceso a la jubilación parcial a aquellos que lo solicitan y efectuamos los correspondientes contratos de relevo.

En PyD no solo velamos por la gente que trabaja actualmente con nosotros, sino que también cuidamos de aquellos que se han jubilado. **PyVeteranos** es un grupo que reúne a más de doce personas, manteniéndolas informadas de la actualidad de la empresa, y haciéndoles partícipes de todo lo que pasa en el grupo. También se reúnen durante el año para realizar actividades, y así mantener su espíritu PyD intacto.



Salud y seguridad en el trabajo

Cualquier persona en PyD espera que su entorno de trabajo sea seguro y saludable y que fomente su bienestar físico, mental y emocional. Con este objetivo, que aplicamos a todos nuestros lugares de trabajo, ponemos en práctica distintas políticas y actividades:

- Planes de bienestar y vigilancia de la salud, con revisiones anuales.
- Seguimiento continuo de todas las medidas ergonómicas del puesto de trabajo.
- Instalación de desfibriladores en las oficinas y el almacén.
- Formación en técnicas de primeros auxilios y reanimación cardiopulmonar (RCP).
- Actualización de la documentación relacionada con la coordinación de actividades empresariales con nuestros principales clientes, lo que influye en más de 100 puntos de venta.
- Mantenemos activo PyDesconecta, el grupo de trabajo que realiza iniciativas periódicas para fomentar entre nuestro equipo la cultura del bienestar, un estilo de vida saludable y el deporte.

Para 2024 tenemos previsto seguir desarrollando las actividades de PyDesconecta y ampliaremos la formación en primeros auxilios.

En cuanto a la prevención en riesgos laborales, en PyD no solo cumplimos con lo establecido en la Ley 31/1995, del 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, sino que hemos interiorizado sus principios con el objetivo de minimizar las situaciones de riesgo en la empresa.

En caso de incidencias producidas en el desarrollo de la actividad laboral, somos responsables de llevar a cabo las acciones contempladas por la normativa vigente.

Accidentes laborales¹⁴

	2022	2023
Hombres	2	0
Mujeres	1	2
Total	3	2

¹⁴ Debido a la escasa incidencia de los accidentes, solo dos de carácter level, no procede calcular los índices de frecuencia y gravedad.



Formación y desarrollo del talento

En PyD sabemos que un sector tan competitivo como el nuestro exige unos conocimientos actualizados y una formación continua. Por eso, promovemos la formación de todos los colectivos a través de programas específicos que nuestro equipo puede solicitar directamente a su responsable, y que se ofrecen en formato presencial o a distancia. Estos programas están subvencionados total o parcialmente a través de la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDÆ).

En cuanto al sector, realizamos jornadas de formación para la capacitación de todos los colaboradores en temas técnicos y administrativos concretos. Contamos para ello con la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA), la referencia del conocimiento en nuestro sector, que conecta a pymes y grandes empresas con las tendencias que marcarán nuestro futuro. Esta asociación nos comparte mensualmente un calendario con sesiones formativas para diferentes colectivos.

En 2023 lanzamos una plataforma de *e-learning* con más de 80 cursos de diferentes categorías, entre ellas, habilidades personales, idiomas, comunicación, desarrollo de negocio y más.



Este año **hemos sumado más de 4.500 horas de formación profesional** en las siguientes categorías:

- Talleres de comunicación para todos los colectivos en todo el mundo.
- Herramientas ofimáticas (Excel, Office 365, etc.).
- Ciberseguridad.
- *Compliance* y protección de datos para todos los colectivos.
- Inteligencia artificial para marketing.
- Máster Executive en Sostenibilidad.
- Google Analytics.
- Formación en idiomas.
- Presentaciones de alto impacto.
- Evolución de la experiencia de compra en aeropuertos para el colectivo *duty free*.
- Fiscalidad Internacional en las operaciones triangulares.
- Formación en gestión de reuniones.
- Programa de dirección y gobierno familiar.
- Curso de soporte vital básico de desfibrilador y primeros auxilios.
- Curso de iniciación de mercancías peligrosas.
- Curso de renovación de mercancías peligrosas.
- Programa de desarrollo directivo.
- Curso contable y facturación Internacional.
- Formaciones de STANPA.

+ 4.500
horas en total

11,6 horas de media
por persona

74% del equipo ha recibido
formación en el último año



Net Positive Impact Plan

Durante 2023 hemos seguido inmersos en la implementación del *Plan Director* de Sostenibilidad, pilar fundamental de PyD. En este tiempo hemos logrado que todos los colectivos participen en el desarrollo de este plan y, gracias a nuestro Comité de Sostenibilidad, ha ganado visibilidad en toda la empresa.

Dos de nuestras prioridades durante este ejercicio han sido la formación en materia de *compliance* y protección de datos, que hemos ofrecido tanto a las nuevas incorporaciones como a la plantilla, y la comunicación orientada al desarrollo de estrategias y la capacidad de influencia.

En 2024 seguiremos comprometidos con el impacto positivo y definiremos nuestra hoja de ruta para el bienio 2024-2025. Uno de los objetivos será implicar a todos los colectivos en el desarrollo de este plan y en los hitos marcados por nuestro Comité de Sostenibilidad. Además, incorporaremos progresivamente la digitalización y la inteligencia artificial a nuestras prácticas, lo que llevará nuestra forma de trabajar hasta nuevos niveles de eficiencia y productividad.

Horas promedio de formación por nivel

	2022			2023		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Dirección	40	20	20	209	65	144
Responsables de departamento	46	23	23	198	91	107
Fabricantes Producción	46	23	23	242	200	42
Comerciales	76,5	28	48,5	1.481	157	1.324
Almacén	20	10	10	488	415	73
Administrativos/as	47,6	23,9	23,7	2.047	137	1.910





Organización del trabajo

Conciliar la vida laboral y la personal es imprescindible para que ambas realidades puedan coexistir. Por ello, en PyD disponemos de planes, cronogramas de trabajo y horarios flexibles para ayudar a nuestros empleados a conciliar, además de libertad para disponer de las vacaciones y permisos retribuidos siempre que se satisfagan los intereses tanto de los trabajadores como de la empresa.

Un ejemplo de esta preocupación por la conciliación es la elaboración de los calendarios que realiza el departamento de Trade para las vendedoras. En estos calendarios se distribuyen los puntos de venta a visitar durante el trimestre, lo que permite organizarse con tiempo suficiente. Además, para minimizar el número de horas extra, la duración de las jornadas se ajusta al volumen previsto de venta, de modo que las jornadas completas coinciden con los momentos del año de más actividad vendedora. Si a pesar de estas medidas hay que realizar alguna hora extra, se compensa con descanso, con lo que se favorece la conciliación.

Este año hemos continuado y ampliado nuestras políticas de conciliación:

- Hora de entrada flexible para facilitar la conciliación.
- Registro del inicio y el final de la jornada laboral a través del portal del empleado y de la *app*. Este registro no tiene en cuenta las pausas de ningún tipo ni el tiempo de la comida, establecido en una hora dentro del intervalo 14:00 a 15:30.
- Asimismo, las formaciones están incluidas dentro de la jornada laboral o como parte del cómputo anual de 1.720 horas.
- Los trabajadores de almacén solo tienen turno de mañana.
- El personal comercial de venta directa puede disfrutar de dos sábados libres al año a cuenta de horas de cómputo además de los que corresponden por vacaciones.
- Los padres y las madres pueden decidir cómo y cuándo disfrutar de sus permisos de paternidad y maternidad.
- Este año se ha ampliado el equipo de consejeras con el fin de cubrir más puntos de venta y minimizar los desplazamientos de cada una de ellas.

Desconexión digital

La desconexión digital es un derecho relativamente reciente que está recogido en el artículo 16 del Convenio colectivo de Perfumería y Afines y en la Ley Orgánica 3/2018, del 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales. En PyD no solo cumplimos y hacemos cumplir ambas obligaciones, sino que llevamos aún más lejos la protección del tiempo de descanso, permisos y vacaciones.

Nuestro modelo de trabajo garantiza la separación real entre el ámbito laboral y el personal, tanto en la modalidad de trabajo presencial como en el uso del teléfono móvil de empresa, que en PyD solo facilitamos a quienes tienen que realizar viajes de empresa. Además, obligamos a que los correos electrónicos corporativos se envíen solo dentro del horario laboral de cada país en el que estamos presentes.

Nuestros equipos cumplen los horarios en términos generales y solo excepcionalmente prolongan sus jornadas más allá de lo estipulado. En esos casos, son compensados con tiempo libre.

Las vendedoras disfrutan del descanso mínimo semanal de un día y medio ininterrumpido.

Absentismo laboral

En PyD consideramos el absentismo laboral como injustificado cuando el trabajador falta total o parcialmente a su jornada laboral sin explicación o justificante válido. En caso de presentar un informe médico, una citación o un permiso de luto, entre otras causas, lo tomamos como una ausencia justificada y, en consecuencia, como una licencia remunerada.

Por otro lado, la empresa está obligada a pagar indemnizaciones a aquellos empleados con los que, en determinadas condiciones, rescinda sus relaciones laborales.

En 2023 los despidos representaron el 0,84% de la plantilla final de PyD.

Nº total de horas de absentismo

	2022	2023
Hombres	3.132,08	2.337,17
Mujeres	14.045,95	18.160,73
Total	17.178,02	20.497,90



5.2

Impacto positivo en la sociedad

En PyD aspiramos a generar un impacto positivo en nuestra sociedad que vaya más allá del empleo de calidad que ofrecemos. Nuestros principios éticos fundacionales nos guían en esa dirección y nos recuerdan nuestra responsabilidad con nuestro entorno y las personas.

Nuestra acción social se levanta sobre cuatro pilares:

- El medioambiente y la sostenibilidad
- Nuestros profesionales y sus familias
- La integración social y laboral de las personas con discapacidades
- La colaboración con instituciones, asociaciones y fundaciones

Fundación Arcoíris

En 1998 la familia Trolez crea la Fundación Arcoíris para fomentar la integración laboral de las personas con discapacidad. Desde entonces, esta sociedad sin ánimo de lucro ha registrado un sólido crecimiento en el número de oportunidades creadas y también en sus cifras de producción. Cientos de casos de integración social y laboral son el resultado de su éxito.

En el año 2000, el proyecto da un paso más y se inaugura el Centro Especial de Empleo, unas instalaciones de más de 2.800 m2 dedicadas a la manipulación industrial y almacenaje. El centro funciona como una empresa al uso y cuenta con controles de calidad en varias fases que registran un alto grado de eficacia. A fecha de 31 de diciembre de 2023, ocupaba en total a 104 personas, de las que 97 tenían alguna discapacidad.

Este compromiso con el trabajo bien hecho y la excelencia han supuesto un crecimiento continuo tanto en los ratios de calidad como en el número de clientes y volumen de actividad.



Contribución social

En PyD apoyamos a colectivos vulnerables o con necesidades especiales a través de varias acciones. Dos de las más activas son la colaboración con instituciones especializadas y la participación en proyectos impulsados por entidades sin ánimo de lucro.

Así, en 2023 decidimos donar la recaudación de la máquina de café de nuestra oficina central a **tres asociaciones diferentes: Mamás en Acción**, una comunidad de personas que acompañan y dan cariño a los niños hospitalizados que no tienen padres o no pueden vivir con ellos; **Asociación Amular**, que ayuda a mujeres laringectomizadas y que han sufrido, en la mayoría de los casos, cáncer de cabeza y cuello; y a **Guerreros Púrpura**, una asociación que mejora la calidad de vida de niños y niñas y sus familias con afectaciones o enfermedades neurológicas, metabólicas y endocrinas.



Nuestras alianzas

Al ser una empresa familiar, PyD forma parte de la Asociación de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM), entidad sin ánimo de lucro creada en 2003 por un grupo de empresarios para apoyar, defender e impulsar las empresas familiares de la Comunidad de Madrid. **ADEFAM** es hoy un punto de encuentro para las familias empresarias madrileñas, además de un foro para intercambiar experiencias y casos de éxito.

Desde 2021 pertenecemos a la **Fundación CRE100DO**, cuyo objetivo es crear un marco de referencia para el crecimiento del modelo productivo español. Para ello comparte prácticas de alto impacto que sirvan de inspiración a las empresas de nuestro país para ser más innovadoras, competitivas y expansivas hacia los mercados internacionales.

Además, nuestro presidente, Pedro Trolez Martínez, es miembro del centro de pensamiento y de debate al servicio de la sociedad española que es el **Círculo de Empresarios**, cuyos objetivos pasan por la promoción del libre mercado y de la libre empresa, el reconocimiento del valor social del empresario como creador de empleo, riqueza y bienestar general y el fomento del espíritu emprendedor. Sus publicaciones son muy influyentes y contribuyen al debate público sobre asuntos cruciales para nuestra economía.

06

Planeta: impacto positivo en el presente para asegurar el futuro

6.1. Productos con impacto positivo

6.2. Operaciones con impacto positivo





6.1

Productos con impacto positivo

En PyD llevamos nuestro compromiso con el medio ambiente a todas las fases de desarrollo. **Trabajamos con componentes renovables y biodegradables, y envases monomateriales que facilitan el reciclaje**, tanto en los procesos de producción como en otros posteriores. Por ejemplo, en nuestro *packaging* usamos formatos de menor impacto, en consonancia con el sector y con nuestra línea de actuación del *Net Positive Impact Plan*. Con este enfoque anticipamos y aseguramos un enfoque de precaución en todas nuestras actividades.

Además, aplicamos **upcycling, green chemistry** y **responsable sourcing**, entre otros principios y prácticas, para garantizar que operamos bajo procesos eficientes y respetuosos con nuestro entorno.

En la protección del medio ambiente, uno de los grandes aliados es el **ecodiseño**, señalado en el Real Decreto de Envases y Residuos de Envases¹⁵ como una prioridad en la transición hacia un modelo productivo más sostenible y circular. En PyD aplicamos el ecodiseño que ya conocemos e invertimos en innovación para descubrir nuevas mejoras. Además, seguimos las recomendaciones de entidades que nos ayudan a ir por delante de las exigencias regulatorias y a incorporar los últimos avances y prácticas sostenibles.

Cuidar el presente y adelantarnos al futuro son dos constantes si hablamos de sostenibilidad. Por eso, aplicamos el **principio de precaución en nuestro negocio**. Un enfoque de la gestión del riesgo que tiene en cuenta factores como los componentes de los envases de los perfumes, los ingredientes y las materias primas de las fragancias que utilizamos.

Asimismo, tenemos varias **pólizas de seguro** para cubrir todos los posibles riesgos asociados a nuestra actividad: Responsabilidad Civil, Daños, Transportes, D&O, Ciberseguridad y Accidentes, entre otros.

PyD en EcoBeauty Score

A comienzos de 2023 nos integramos en el Consorcio EcoBeauty Score, la innovadora iniciativa que aglutina a cerca de 60 *stakeholders* de la industria cosmética que aúnan esfuerzos para que **los consumidores cuenten con información veraz para tomar decisiones de compra conscientes y sostenibles**.

Uno de sus proyectos clave es el desarrollo de un sistema común de evaluación de huella ambiental basado en el método PEF (*Product Environmental Footprint*), propuesto por la Unión Europea, que incorpora la perspectiva de Análisis de Ciclo de Vida de los productos.

Hacia una medición del impacto detallada y estandarizada

A través de nuestro **Net Positive Impact Plan**, estamos desarrollando un sistema de medición de impacto de nuestros productos que se base en un estándar sectorial. De esta forma, no solo podremos homogeneizar los valores de todos los actores sectoriales, sino también establecer una línea base similar que nos permita mejorar nuestra eficiencia como industria.

¹⁵ El Real Decreto 1055/2022, de 27 de diciembre, de envases y residuos de envases traspone la directiva europea que tenía por objeto armonizar las normas sobre gestión de envases y residuos de envases de los diferentes Estados miembros, con la finalidad de prevenir o reducir su impacto sobre el medio ambiente.



6.2

Operaciones con impacto positivo

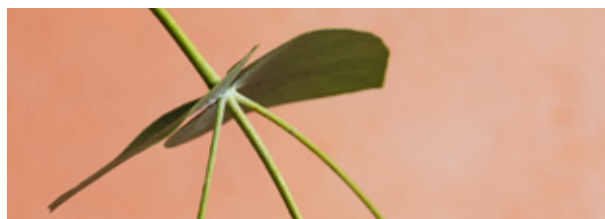
Nuestro enfoque

La naturaleza está en la perfumería y la cosmética. De ella extraemos los principios activos, las materias primas y los componentes con los que desarrollamos los productos. Salvaguardar la naturaleza es, por tanto, **una forma de asegurarnos de que la cadena de producción siga en marcha.**

En PyD supervisamos nuestras instalaciones para que su actividad suponga el menor impacto posible en el entorno. Y no lo hacemos únicamente con nuestros medios, sino que recurrimos a **organismos independientes para que certifiquen nuestro compromiso.**

Estos organismos evalúan el consumo de energía, la eficiencia de nuestros procesos de producción, y la gestión de los materiales de desecho. Como empresa manufacturera, somos especialmente rigurosos a la hora de monitorizar y reducir al máximo nuestra huella en el entorno.

Además del control y vigilancia que ejercemos sobre nuestras instalaciones y actividad, **cumplimos y hacemos cumplir la legislación medioambiental** que afecta a nuestro sector. Porque solo cuidando de la naturaleza podemos garantizar la continuidad de la industria de la cosmética y la perfumería.

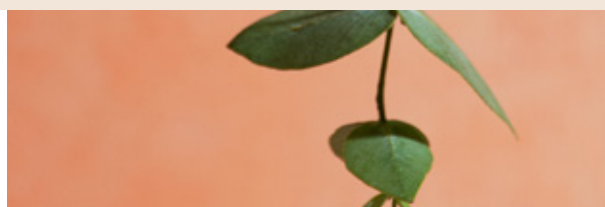


Net Positive Impact Plan: Operaciones con impacto positivo

Un año de avances

En 2023 nos propusimos recopilar la información de **material reciclado que utilizamos en los procesos productivos de nuestros componentes.** Para ello, seleccionamos a 18 proveedores, el 43% de la facturación de compras de material directo, y empezamos a monitorizar los indicadores de consumo de reciclado de vidrio, plástico y cartón, con el objetivo de aumentar las compras de estos materiales de menor impacto en el entorno.

Estos proveedores están incluidos dentro de las categorías que consideramos más relevantes para medir y establecer indicadores en nuestro consumo de reciclado de vidrio, plástico y cartón.





Medimos nuestras emisiones

El **Net Positive Impact Plan** establece mecanismos para medir nuestra huella de carbono (alcances 1 y 2) y cuantificar así unos objetivos de reducción de emisiones en los que llevamos trabajando desde 2022.

Superados los objetivos anteriores, las dos metas prioritarias ahora son:

- Mejorar la eficiencia de las operaciones de almacenaje y distribución.
- Comprar o instalar energía verde en la oficina.

En 2023 seguimos midiendo la huella de carbono en sus alcances 1 y 2. Para ello, tomamos como año base 2021 y **monitorizamos las oficinas, almacenes y flotas de vehículos en España y Portugal**. Tras recoger datos, calculamos las emisiones a partir de la calculadora de Huella de Carbono del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (España).

Otro de los avances en 2023 fue monitorizar las emisiones producidas por nuestra **flota de vehículos de empresa**. A través de la Inspección Técnica de Vehículo (ITV)¹⁸, nos aseguramos de que todos ellos cumplen con la normativa respecto a sus emisiones de CO₂.

Emisiones (tCO ₂ e)	2022	2023
Emisiones directas alcance 1 ¹⁹	175,79	188,36
Emisiones indirectas por energía comprada alcance 2 ²⁰	79,56	77,13
Total	255,35	265,49

Certificaciones en toda nuestra red

En 2023 seguimos avanzando en el proceso de **centralizar y homologar las certificaciones de nuestros centros de producción y almacenes** en materia de emisiones de gases de efecto invernadero.

Con un doble objetivo: cuantificar el impacto de estas emisiones y tomar medidas para adecuarlas a los estándares internacionales.



¹⁸ Control técnico al que cada cierto tiempo deben someterse los vehículos en España para comprobar que cumplen las normas de seguridad y emisiones contaminantes.

¹⁹ Comprende las emisiones directas procedentes de las instalaciones de combustión para calefacción de las oficinas de España y el almacén de España, y las emisiones de la flota de vehículos de España y Portugal. Perímetro operacional.

²⁰ Incluye las emisiones indirectas relacionadas con el consumo de electricidad, comprada y consumida por las oficinas y almacenes de España y Portugal. Perímetro operacional.



Eficiencia energética

Siguiendo nuestro compromiso de conseguir una **infraestructura 100% sostenible**, el sistema de energía fotovoltaica instalado en 2022 en nuestro almacén generó **91.691,00 kWh** de energía eléctrica en 2023.

	2023	2022
Consumo de energía eléctrica España (kWh)	258.711	297.165
Consumo de energía eléctrica Portugal (kWh)	25.311	22.395
Total	284.022	319.560

Además, seguimos trabajando en introducir y ampliar nuestras **medidas para reducir el consumo de energía y optimizar su uso como:**

- Sustituir lámparas convencionales por tecnologías LED.
- Instalar sistemas de regulación y control de luminiscencia que permiten detectar el nivel de luz en zonas con luz natural.
- Implementar seguimientos y evaluaciones de funcionamiento adecuado de los equipos y de la gestión de las instalaciones de climatización, ventilación y recuperación de calor.
- Adecuar y mejorar las instalaciones para reducir fallos y evitar averías.
- Monitorizar la correcta facturación mensual de cada punto de suministro gracias a un sistema de supervisión y control del consumo de energía.





Gestión de residuos

Como fabricantes, una de nuestras prioridades debe ser reducir los residuos y potenciar la investigación de materiales que puedan ser reutilizables y que se integren en la economía circular.

En nuestra actividad clasificamos nuestros residuos en dos grandes grupos:

Residuos de clase I

Incluyen papel, cartón, vidrio, plástico, residuos orgánicos, baterías, pilas, *toners* o aparatos eléctricos. Los separamos y clasificamos internamente en los contenedores adecuados, tal y como establecen las ordenanzas municipales, para que sean gestionados finalmente por los servicios municipales de limpieza.

Residuos de clase IIIb

Son residuos químicos, envases de aerosoles, bidones y contenedores de químicos y reactivos, alcoholes y fragancias, entre otros, que son retirados por empresas certificadas.

Uso sostenible de los recursos

El agua es fundamental en nuestra actividad y forma parte de varios procesos de producción. Por eso, **vigilamos y controlamos el uso y gasto que hacemos de este recurso** a través de:

- Campañas de sensibilización a nuestros empleados acerca del uso eficiente del agua.
- Sistemas para la detección rápida de fugas y fallas ocultas.
- Control de la descarga de agua a través de fluxómetros de doble pulsación, sistemas de descarga interrumpible y otros limitadores de descargas que suponen un ahorro considerable de agua.
- Lavamanos con limitadores de descarga que cortan el flujo de agua en un tiempo determinado.

El agua también interviene en diversas **tareas operativas de almacén**, para las que utilizamos aguas no potables procedentes de fosos profundos. Las aguas residuales son colectadas en cisternas por una empresa especializada que las trata y prepara para que lleguen al sistema público de drenajes y aguas negras.

Consumo de materiales (kg)	2023
Cartón	567.555,02
Del cual valorizado	350.364,66
Plástico	166.272,76
Del cual valorizado	28.590,36
Vidrio	719.674,73
Del cual valorizado	99.513,96

Consumo de agua (m³/año)	2023
Superficiales	-
Subterráneas	213,21
Pluviales	-
Red pública	300
Total	513,21

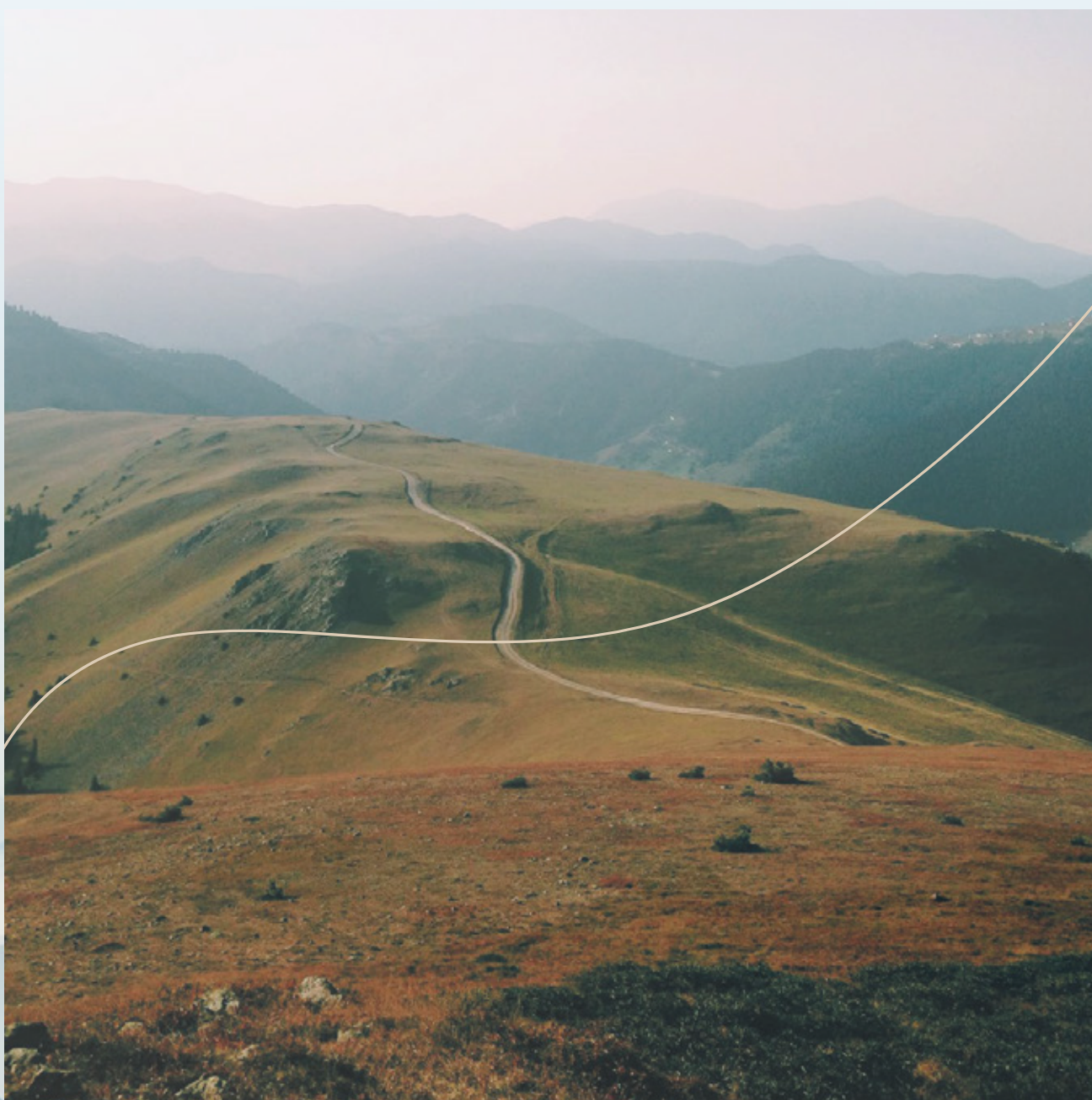


Protección de la biodiversidad

Dada la importancia de la naturaleza para nuestro sector y el hecho de que el impacto de nuestra actividad en la biodiversidad sea un tema material para PyD, nos esforzamos en evaluar y minimizar esta huella.

En esta voluntad se enmarca el proyecto que realizamos en 2023 para **medir la naturalidad de nuestras fragancias con el objetivo de anticipar posibles impactos en la biodiversidad desde nuestras actividades.**

De la mano de nuestras casas perfumistas y de nuestros envasadores, determinamos la naturalidad de nuestras fragancias más significativas (65) a partir del criterio de biodegradabilidad de las materias primas establecido por la norma ISO 16128.



07

Anexo

- 7.1. Sobre este informe
- 7.2. Índice de contenidos de requerimientos legales e indicadores del estándar GRI





7.1

Sobre este informe

Este informe incluye la información necesaria para comprender los riesgos, el modelo de negocio, las políticas, la estrategia, la evolución, los resultados, la situación de la compañía y el impacto de su actividad respecto a cuestiones medioambientales y sociales, así como las relativas al personal, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno.

De conformidad con lo establecido en la Ley 11/2018, del 28 de diciembre de 2018²¹ en materia de información no financiera y diversidad, este informe complementa la información ofrecida en el Informe de Gestión. Asimismo, se ha sometido a los mismos criterios de formulación, aprobación, depósito y publicación. En particular, el informe ha sido formulado por el Consejo de Administración junto con el Informe de Gestión en su sesión del 31/03/2024, con la recomendación favorable de la Comisión de Sostenibilidad y la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. En línea con su compromiso de mejora continua en materia de transparencia, con carácter previo a la elaboración del informe, PyD ha llevado a cabo una actualización del análisis de materialidad que le ha llevado a revisar la estructura de contenidos e indicadores utilizados para el reporte.

En concreto, se ha alineado la estructura del Informe con la del nuevo Plan Director de Sostenibilidad *Net Positive Impact Plan*.

El Informe de Sostenibilidad 2023 hace referencia al periodo comprendido entre el 1 de enero de 2023 y el 31 de diciembre de 2023. Este informe ha sido preparado de acuerdo con las siguientes recomendaciones, regulaciones y estándares.

- Ley 11/2018, del 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio²¹, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. Para dar respuesta a esta Ley se han utilizado los estándares GRI seleccionados.
- GRI *Standards* para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del *Global Reporting Initiative* (GRI) en su actualización del año 2021.

La tabla con los contenidos de la Ley 11/2018 (Anexo 7.2) indican la localización exacta de la información –ya sea la/s página/s del informe, la referencia a la tabla de indicadores no financieros– o los motivos que justifican su omisión. La información económica, social y medioambiental recogida a lo largo de los distintos capítulos del informe y, en particular, en la tabla de indicadores no financieros del Anexo 7.2, ha sido verificada externamente por un tercero independiente. El alcance, la descripción del trabajo y las conclusiones de esta verificación se encuentran en el Informe de Verificación de MOORE.



²¹ Leyes y Real Decreto, vigentes en la legislación española.



7.2

Índice de contenidos de requerimientos legales e indicadores del estándar GRI

Índice de los contenidos requeridos por la Ley 11/2018			
Información solicitada por la Ley 11/2018	Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018	Pag.	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021
INFORMACIÓN GENERAL			
Una breve descripción del modelo de negocio que incluye su entorno empresarial, su organización y estructura	1.2 Somos perfumes 1.3 Nuestros valores nos definen 1.4 Un año de hitos 2.1 Contexto y tendencias que marcan el camino 5.1 Nuestras personas	9 10 11 14-15 43-47	GRI 2-6 GRI 2-7
Mercados en los que opera	1.2 Somos perfumes 3.3 Una cadena de valor de primer nivel	8-9 33	GRI 2-1 GRI 2-6
Objetivos y estrategias de la organización	2.4 Nuestra hoja de ruta en la generación de impacto positivo	21-22	GRI 2-22
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	2.1 Contexto y tendencias que marcan el camino	14-15	GRI 2-22
Marco de <i>reporting</i> utilizado	Sobre este informe	66	GRI 2-22
Principio de materialidad	2.3 Actualización de los asuntos relevantes	18-20	GRI 3-1 GRI 3-2
CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	6.1 Productos con impacto positivo 6.2 Operaciones con impacto positivo	59 60	GRI 3-3

**Información general detallada**

Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	6.2 Operaciones con impacto positivo	60-64	GRI 3-3
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	6.2 Operaciones con impacto positivo	60-64	GRI 3-3
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	4.3 Gestión eficaz de riesgos	41	GRI 3-3
Aplicación del principio de precaución	4.3 Gestión eficaz de riesgos	41	GRI 2-23 GRI 3-3
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	4.3 Gestión eficaz de riesgos	41	GRI 3-3

Contaminación

Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	6.2 Operaciones con impacto positivo	61-62	GRI 3-3
---	--------------------------------------	-------	---------

Economía circular y prevención y gestión de residuos

Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	6.2 Operaciones con impacto positivo	63	GRI 3-3 GRI 306-2
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	No aplica	-	No aplica

Uso sostenible de los recursos

Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	6.2 Operaciones con impacto positivo	63	GRI 303-5 (2018)
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	6.2 Operaciones con impacto positivo	63	GRI 3-3



Consumo, directo e indirecto, de energía	6.2 Operaciones con impacto positivo	61-62	GRI 302-1
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	6.2 Operaciones con impacto positivo	62	GRI 3-3
Uso de energías renovables	6.2 Operaciones con impacto positivo	61-62	GRI 302-1
Cambio climático			
Emisiones de gases de efecto invernadero generadas como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	6.2 Operaciones con impacto positivo	61-62	GRI 305-1 GRI 305-2
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	6.2 Operaciones con impacto positivo	61-62	GRI 3-3
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	6.2 Operaciones con impacto positivo	61	GRI 305-5
Protección de la biodiversidad			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	6.2 Operaciones con impacto positivo	64	-
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	6.2 Operaciones con impacto positivo	64	-
CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL			
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	5.1 Nuestras personas	43	GRI 3-3



Empleo

Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional	5.1 Nuestras personas	44-45	GRI 2-7 GRI 405-1
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo y promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	5.1 Nuestras personas	45-47	GRI 2-7
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	5.1 Nuestras personas	55	GRI 3-3
Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	5.1 Nuestras personas	48	GRI 3-3
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	5.1 Nuestras personas	48	GRI 3-3
Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	5.1 Nuestras personas	48	GRI 3-3 GRI 405-2
Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	5.1 Nuestras personas	48	GRI 3-3
Implantación de políticas de desconexión laboral	5.1 Nuestras personas	54	GRI 3-3
Número de empleados con discapacidad	5.1 Nuestras personas	50	GRI 405-1

**Organización del trabajo**

Organización del tiempo de trabajo	5.1 Nuestras personas	54-55	GRI 3-3
Número de horas de absentismo	5.1 Nuestras personas	55	GRI 403-9 (2018)
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio responsable de estos por parte de ambos progenitores	5.1 Nuestras personas	54	GRI 3-3

Salud y seguridad

Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	5.1 Nuestras personas	51	GRI 3-3 GRI 403-1 (2018) GRI 403-2 (2018)
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo	5.1 Nuestras personas	51	GRI 403-9 (2018) GRI 403-10 (2018)

Relaciones sociales

Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	5.1 Nuestras personas	48	GRI 2-25 GRI 3-3
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	5.1 Nuestras personas	48	GRI 2-30
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	5.1 Nuestras personas	51	GRI 403-4 (2018)

Formación

Políticas implementadas en el campo de la formación	5.1 Nuestras personas	52-53	GRI 3-3 GRI 404-2
Cantidad total de horas de formación por categoría profesional	5.1 Nuestras personas	53	GRI 404-1

**Accesibilidad universal**Accesibilidad universal de las
personas con discapacidad

5.1 Nuestras personas

50

GRI 3-3

IgualdadMedidas adoptadas para
promover la igualdad de trato
y de oportunidades entre
mujeres y hombres

5.1 Nuestras personas

49-50

GRI 3-3

Planes de igualdad, medidas
adoptadas para promover el
empleo, protocolos contra el
acoso sexual y por razón de
sexo

5.1 Nuestras personas

40-50

GRI 3-3

Política contra todo tipo de
discriminación y, en su
caso, de gestión de la
diversidad

5.1 Nuestras personas

49-50

GRI 3-3

RESPECTO DE LOS DERECHOS HUMANOS**Enfoque de gestión:**
descripción y resultados de las
políticas relativas a estas
cuestiones, así como de los
principales riesgos relacionados
con esas cuestiones vinculados
a las actividades del grupo

4.2 Cultura ética y cumplimiento

49-50

GRI 3-3

Aplicación de procedimientos de diligencia debidaAplicación de procedimientos
de diligencia debida en
materia de derechos huma-
nos y prevención de los
riesgos de vulneración de
derechos humanos y, en su
caso, medidas para mitigar,
gestionar y reparar posibles
abusos cometidos

4.2 Cultura ética y cumplimiento

38

GRI 2-23
GRI 2-26
GRI 412-1
GRI 412-2Denuncias por casos de
vulneración de derechos
humanos

4.2 Cultura ética y cumplimiento

39

GRI 3-3
GRI 406-1Medidas implementadas para
la 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; la
eliminación de la discrimina-
ción en el empleo y la ocupa-
ción; la eliminación del trabajo
forzoso u obligatorio; la
abolición efectiva del trabajo
infantil

3.3 Una cadena de valor de primer nivel

31

GRI 3-3



LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	4.2 Cultura ética y cumplimiento	36-37	GRI 3-3 GRI 3-3
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	4.2 Cultura ética y cumplimiento	37	GRI 2-23 GRI 2-26 GRI 205-2 GRI 205-3 GRI 2-24 GRI 3-3
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	4.2 Cultura ética y cumplimiento	38	GRI 2-23 GRI 2-27 GRI 205-2 GRI 205-3
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	5.2 Impacto positivo en la sociedad	56-57	GRI 2-28

INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD

Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	5.2 Impacto positivo en la sociedad	56-57	GRI 3-3
---	-------------------------------------	-------	---------

Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible

El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	5.2 Impacto positivo en la sociedad	56-57	GRI 3-3
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	3.3 Una cadena de valor de primer nivel	30-33	GRI 413-1
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	2.2 Compromisos compartidos con los grupos de interés 5.2 Impacto positivo en la sociedad	16-17 56-57	GRI 2-29 GRI 413-1
Las acciones de asociación o patrocinio	5.2 Impacto positivo en la sociedad	56-57	GRI 3-3 GRI 201-1

**Subcontratación y proveedores**

Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	3.3 Una cadena de valor de primer nivel	31-32	GRI 3-3
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	3.3 Una cadena de valor de primer nivel	31-32	GRI 2-6
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	3.3 Una cadena de valor de primer nivel	32	GRI 2-6

Consumidores

Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	3.2 Reforzamos nuestros compromisos	26-27	GRI 3-3 GRI 416-1 GRI 416-2 GRI 417-1
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	3.2 Reforzamos nuestros compromisos	28	GRI 2-26 GRI 3-3 GRI 416-2 GRI 418-1

Información fiscal

Los beneficios obtenidos país por país	4.2 Cultura ética y cumplimiento	40	GRI 3-3 GRI 207-4 (2019)
Los impuestos sobre beneficios pagados	4.2 Cultura ética y cumplimiento	40	GRI 3-3
Las subvenciones públicas recibidas	4.2 Cultura ética y cumplimiento	40	GRI 201-4



Memoria de
SOSTENIBILIDAD
2023