

# 03

## Nuestro negocio, un modelo de éxito

3.1 Nos avalan nuestras marcas

3.2 Compromiso por encima de las expectativas

3.3 Una cadena de valor eficiente y responsable

## 3.1. Nos avalan nuestras marcas

Nuestro negocio está construido sobre nuestras marcas propias de perfume y las que distribuimos:

|                   | Marcas propias                                            | Marcas distribuidas                    |
|-------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| <p>Fragancias</p> | <p>HALLÖWEEN SCALPERS</p> <p>EL GANSO TOUS Nightology</p> | <p>GOUTAL PARIS Juliette has a gun</p> |
| <p>Cosmética</p>  |                                                           | <p>AHAVA</p>                           |



## Nuestros perfumes

Las marcas que creamos cuentan con una trayectoria consolidada, la complicidad de sus clientes y una distinguida presencia en los puntos de venta.

### HALLOWEEN Perfumes

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 vistió de malva, un color revolucionario en ese momento, y con el que hizo historia. Se convirtió así en un icono intergeneracional que hoy sigue seduciendo a sus primeras fans y conquistando a las nuevas generaciones.

Con el paso de los años, HALLOWEEN Perfumes ha logrado convertirse en una marca de perfumes que, con sus diferentes creaciones, atrae 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 Perfumes

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 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, nuestro acercamiento a ese estilo único que refleja la diversión y el colorido con el toque *vintage* de la marca. Hoy, cinco años después, la colección ya incluye fragancias masculinas, femeninas y para toda la familia.

### SCALPERS Perfumes

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: 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.

## 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 quinta esencia de estas creaciones y las expande a momentos únicos que son recreados en fragancias inolvidables. Una familia de *eau de parfums* creados a partir de las complejas mezclas de las materias primas más genuinas, penetrantes e inigualables. Con una calidad exquisita que despierta nuestros sentidos y nos ayuda a percibir el verdadero origen de la belleza.

## Marcas distribuidas en España

### GOUTAL Paris

La casa de alta perfumería fundada en 1981 conserva la esencia con la que nació: capturar 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.

### 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. Compromiso por encima de las expectativas

### Garantía de calidad y seguridad

En PyD seguimos escrupulosamente la legislación y mantenemos los más altos estándares en materia de calidad y seguridad en nuestros productos. Y aún vamos más lejos de lo que marca la ley, porque forma parte de nuestro ADN superar las expectativas.

Todos nuestros productos están sometidos a estudios de control microbiológico estandarizados, estrictos protocolos y normas de calidad. El reglamento europeo<sup>1</sup>, el más exigente del sector, establece el marco para garantizar que los productos cosméticos sean seguros, de calidad y eficaces en su cometido. Nosotros vamos más allá y multiplicamos el alcance de este reglamento para aplicarlo allí donde operamos, en todo el mundo.

Nuestros centros de producción y distribución cuentan con las **certificaciones exigidas y cumplen todas las garantías para fabricar perfumes y cosméticos** según la legislación vigente:

- Certificado AEMPS de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios.
- Norma europea ISO 22716:2008, que señala las directrices para fabricar, controlar, almacenar y distribuir productos cosméticos seguros y de calidad.
- Normas de seguridad de la Asociación Internacional de Perfumería (IFRA, por sus siglas en inglés), por las que incluimos información de seguridad en nuestras fragancias.

En 2024 se asentó en la estructura de PyD el área de Calidad, que depende de Operaciones. Desde aquí trabajamos en la integración de una nueva fábrica. Desde el área de Regulatory iniciamos los preparativos para, en 2025, redactar y activar un proceso de retención y control de muestras que nos permita incrementar las garantías de calidad en nuestros productos terminados.

También en 2025 actualizaremos la guía de vida útil de nuestros productos y la descripción de su flujo de trazabilidad. Además, desarrollaremos un nuevo protocolo para gestionar las reclamaciones que recibamos de nuestros clientes. En este nuevo protocolo describiremos las vías para recibir reclamaciones, la forma de analizarlas y el plan de mejora que puedan suscitar si es el caso.

En PyD contamos con un **sólido conjunto de normas y procedimientos para garantizar la calidad de nuestros productos**, en el que en 2024 hemos incorporado la Política de calidad.



<sup>1</sup>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 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 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 el cumplimiento del marco regulatorio aplicable en 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: en primer lugar, asegurar la comunicación interna eficaz y ágil y la coordinación entre los diferentes departamentos; y regular los canales para la emisión, la recepción, la petición y la respuesta relativas a la información, además de los 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 de algún producto. Afecta a la gestión de la cosmetovigilancia, la actividad destinada a recoger, evaluar y monitorizar la información sobre los efectos no deseados 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, lo que permite 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.

## Política de calidad

Con este nuevo documento manifestamos nuestro compromiso con el cumplimiento de los principios éticos y los valores sobre los que realizamos nuestra actividad. La Política de calidad representa nuestra promesa de asegurar el bienestar para nuestros clientes y para la sociedad.

Además, incluye una serie de objetivos sobre varios stakeholders y garantiza que cumplimos la regulación vigente y los más altos estándares de calidad de nuestros productos, al tiempo que desarrollamos nuestra actividad impulsados por el progreso y la superación.



## Devoluciones y procedimiento de destrucción

Desarrollamos nuestra actividad en los más altos estándares de seguridad, vigilancia y diligencia. Sin embargo, somos conscientes de que ciertos productos podrían no alcanzar dicho nivel de exigencia. Para gestionar y prevenir este riesgo, contamos con dos procedimientos:

### ■ Procedimiento de gestión de devoluciones de clientes

Establece el modelo de gestión de las devoluciones de productos en mal estado o defectuosos realizados por nuestros clientes y las marcas de distribución. El objetivo es asegurar la calidad del producto y el cuadro de inventarios.

### ■ Procedimiento de destrucción de mercancía

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.

## Sistema de reclamación de quejas

En nuestra web disponemos de un formulario para recoger casos de efectos adversos de productos de perfumería y cosmética, tal y como recoge la Ley de Modernización de la Regulación de Cosméticos (MoCRA), la más reciente actualización de la legislación estadounidense sobre el sector (en vigor desde diciembre de 2024).

En cuanto a nuestra comunicación directa con el consumidor final, atendemos todas las reclamaciones que recibimos a través de Instagram, del correo electrónico o de cualquier otra vía. Cada reclamación es tratada y contestada por la persona que la recibe, con el apoyo del Departamento Técnico si es necesario.



Formular una denuncia o consulta



Buzón de comunicación seguro

## 3.3. Una cadena de valor eficiente y responsable

Llegamos a cualquier parte del mundo gracias a una cadena de valor segura, eficiente y responsable. Una **red de productores, proveedores, distribuidores y retailers que infunde confianza** y sobre la que nos apoyamos para diseñar estrategias 360°. Nuestros clientes confían en nosotros para llevar sus productos en las mejores condiciones a los puntos de venta más adecuados. Solo así es posible exponer sus fragancias y perfumes en el escaparate que merecen.

Nuestra cadena de valor también es sostenible. El grado de control y eficacia que hemos logrado en cada parte de la cadena se traduce en oportunidades para generar impacto positivo tanto en la sociedad como en el entorno.

Este compromiso sostenible no solo nos atañe como compañía, sino que lo hacemos extensible a los actores con los que trabajamos. Les instamos a que apliquen nuestros propios estándares para que fomenten en su propia cadena prácticas responsables.



### Net Positive Impact Plan: avances y retos

#### Operaciones con impacto positivo

En 2024 redactamos el **Procedimiento de auditoría y evaluación de proveedores**<sup>4</sup>, que fue aprobado por la dirección general en diciembre, y será implantado y comunicado a toda la organización en 2025.

En el último año también elaboramos el **Procedimiento de compras**<sup>4</sup>, que define con claridad el marco para tomar decisiones de compra dentro de la compañía. La redacción de este procedimiento ha servido para implementar un nuevo circuito de validación con el que garantizar un uso de los recursos alineado con las necesidades de la empresa.

Asimismo, en 2024 iniciamos la **relación con un nuevo envasador**, con quien firmamos el cuaderno de cargas que establece la operativa diaria entre las dos compañías. Hicimos lo mismo con nuestro segundo proveedor de vidrio.

En 2025 los esfuerzos se dirigirán a dos objetivos:



- Redactar y firmar nuevos cuadernos de carga con otros cuatro proveedores principales.
- Intensificar la formación de nuestros envasadores sobre nuestro producto y nuestros estándares de calidad, con el objetivo de aumentar la eficiencia en operaciones y optimizar los movimientos de mercancías.

<sup>4</sup> Descripción completa en el apartado Sistema de gestión de proveedores de esta memoria.

## Sistema de gestión de proveedores

Tenemos los mejores proveedores posibles gracias a una exhaustiva selección. Contamos, para ello, con protocolos para su elección, evaluación y mantenimiento del contacto comercial. La piedra angular de todo este sistema es el **Código de Conducta para Proveedores**.

### Código de Conducta para Proveedores

En PyD no solo buscamos generar impacto positivo con nuestra propia actividad, sino que servimos de catalizador para que lo hagan también los actores nacionales e internacionales implicados en nuestra cadena de valor. Para lograrlo, nos esforzamos para que nuestros proveedores cumplan con nuestro Código de Conducta para Proveedores, que hemos enviado al 100% de ellos, y que lo impulsen a su vez entre terceras partes (fábricas, subcontratistas y otros proveedores).

Este código está construido sobre los principios recogidos 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.

Y en él somos especialmente escrupulosos con los siguientes asuntos:

- 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.
- Precariedad laboral, condiciones inhumanas de trabajo, trabajo forzoso o infantil.





De manera complementaria al Código de Conducta para Proveedores, en PyD disponemos de otras políticas que refuerzan la gestión de nuestra cadena de suministro:

### Contrato de confidencialidad

Garantiza legalmente la confidencialidad de la información compartida con el proveedor para evitar su divulgación a terceros no autorizados.

### Protocolo de destrucción

Refleja la forma de destrucción de moldes con marcas, logos o cualquier otro elemento que pueda constituir un derecho de propiedad industrial o intelectual de PyD, con el fin de evitar la infracción de dichos derechos a través de la falsificación u otras fórmulas.

### Condiciones generales de pedidos

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.

### Procedimiento de auditoría y evaluación de proveedores

Su objetivo es verificar que nuestra cadena de suministro opera bajo los principios ESG (ambiental, social y gobierno corporativo, en sus siglas en inglés) de PyD, así como evaluar su actividad e identificar planes que nos impulsen a mejorar nuestra operativa.

### Procedimiento de compras

Este documento contempla todos los pasos, desde la identificación de la necesidad de compra hasta adquirir el compromiso de compra con un tercero.

## Monitorización de la cadena de suministro

En PyD inspeccionamos el grado de riesgo que presentan nuestros proveedores a través del **Procedimiento de homologación de proveedores**, que incluye el **cumplimiento del KYC** (conoce a tu cliente, en sus siglas en inglés) y la firma del Código de Conducta. A través de este procedimiento, la compañía articula la debida diligencia sobre su cadena de suministro.

El documento, que fue creado en 2022 y actualizado en septiembre de 2023, está disponible en el repositorio de homologación de proveedores para cualquier persona de la organización que esté habilitada para solicitar el alta de un nuevo proveedor.

Además de este procedimiento existen dos mecanismos para supervisar la actividad de nuestros proveedores en busca de riesgos. El primero es la relación diaria con ellos, a través de comunicaciones telefónicas o por e-mail. El segundo es el **canal de denuncias** habilitado en nuestra web. Mediante un ágil formulario es posible dejar constancia de conductas sospechosas o indebidas que puedan afectar a nuestra compañía o al bienestar de las personas o el entorno.

En 2025 está previsto aumentar la vigilancia sobre los proveedores con la implementación del citado Procedimiento de auditoría y evaluación de proveedores.



### Net Positive Impact Plan: avances y retos Operaciones con impacto positivo

Entre las principales iniciativas que hemos puesto en práctica en 2024, destacan los progresos realizados en la recopilación de información de nuestra red de proveedores para que todos ellos se adecuen a lo establecido por nuestro Procedimiento de homologación; así como la aplicación de la **trazabilidad de nuestras materias primas** con cada nuevo desarrollo de perfume.

También hemos avanzado en la eficiencia de nuestras operaciones con la apertura de un nuevo envasador que unifica todos los tipos de envase de la línea masculina de SCALPERS The Club. Y hemos dado pasos para agilizar la logística de algunos de nuestros materiales al servir material PLV (Publicidad en el Lugar de Venta) desde las instalaciones de nuestros proveedores sin pasar por nuestros almacenes de expedición. Siempre bajo el cumplimiento de nuestros controles de calidad para garantizar la imagen de nuestros productos.

Con la ambición siempre enfocada en la mejora continua, estamos sentando las bases para profundizar en el mapeo de nuestra cadena de suministro más allá del primer nivel, con el objetivo de **identificar el origen de nuestras principales materias primas durante 2025**.

## Cadena de suministro responsable en cifras

|                                                                                  | 2023         | 2024         |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| Proveedores locales                                                              | 88%          | 96%          |
| Proveedores nacionales                                                           | 80%          | 75%          |
| Referencias con producción local                                                 | 93%          | 94%          |
| Referencias con producción nacional                                              | 86%          | 70%          |
| Número total de proveedores de primer nivel ( <i>tier 1</i> ) activos            | 112          | 112          |
| Proveedores de primer nivel ( <i>tier 1</i> ) de material directo activos        | 96           | 97           |
| Facturación total de proveedores de primer nivel ( <i>tier 1</i> )               | 45.406.404 € | 39.061.760 € |
| Facturación de proveedores de primer nivel ( <i>tier 1</i> ) de material directo | 36.031.338 € | 30.759.976 € |
| Facturación de proveedores locales                                               | 44.524.490 € | 38.413.199 € |
| Proveedores de material directo con impacto relevante en materia ESG             | 68           | 66           |
| Proveedores de material directo evaluados por su desempeño ESG                   | 0            | 0            |
| Porcentaje de proveedores de material directo evaluados en ESG                   | 0            | 0            |

## Indicadores claves del Net Positive Impact Plan

|                                                                 | 2023   | 2024   |
|-----------------------------------------------------------------|--------|--------|
| Proveedores auditados                                           | 0      | 0      |
| Proveedores a los que se les aplica KYC                         | 11     | 69     |
| Materias primas trazadas                                        | 99,99% | 99,99% |
| Proveedores internacionales sustituidos por proveedores locales | 0      | 0      |
| Referencias ya existentes que acercamos al mercado local        | 0      | 0      |

## Nuestros distribuidores y clientes

Construimos la relación con nuestros distribuidores sobre tres atributos: confianza, cercanía y flexibilidad. El resultado son colaboraciones que perduran en el tiempo con algunos de los retailers más reconocidos del mundo.

JCPenney

*falabella.*

*Paris Gallery*

**Avolta**

Debenhams

DOUGLAS

*El Corte Inglés*

**Sasa**  
*ambrosia della femminilità*

*El Palacio de Hierro*

PERFUMES & COSMETICA

