

pyd



MEMORIA DE

SOSTENIBILIDAD
2024

Índice

01

PyD: somos perfumes

1.1. Carta del presidente: Pedro Trolez Martínez	4
1.2. Carta del CEO: Pedro Trolez Cortina	5
1.3. Nuestra esencia	6
1.4. Lo que nos hace ser quiénes somos: valores PyD	9
1.5. El año en hitos	10
1.6. Cifras claves de 2024	11

03

Nuestro negocio, un modelo de éxito

3.1. Nos avalan nuestras marcas	24
3.2. Compromiso por encima de las expectativas	27
3.3. Una cadena de valor eficiente y responsable	30

05

Personas: el motor del cambio

5.1. Nuestras personas	47
5.2. Impacto positivo en la sociedad	58

07

Anexo

7.1. Sobre este informe	70
7.2. Índice de contenidos de requerimientos legales e indicadores del estándar GRI	71

02

Entorno y estrategia

2.1. Un momento de retos y oportunidades	13
2.2. Relación con los grupos de interés: avanzamos juntos en la misma dirección	15
2.3. Análisis de asuntos relevantes: profundizamos en nuestra generación de valor	16
2.4. Así creamos impacto positivo	19

04

Gobernanza: lideramos desde el ejemplo

4.1. Cultura, ética y transparencia como guías	37
4.2. Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento	39
4.3. Avanzamos en una gestión eficaz de riesgos	44

06

Planeta: cuidar el presente para asegurar el futuro

6.1. Productos con impacto positivo	61
6.2. Operaciones con impacto positivo	64



01

PyD: somos perfumes

1.1. Carta del presidente: Pedro Trolez Martínez

1.2. Carta del CEO: Pedro Trolez Cortina

1.3. Nuestra esencia

1.4. Lo que nos hace ser quiénes somos: valores PyD

1.5. El año en hitos

1.6. Cifras claves de 2024

1.1. Carta del presidente

Pedro Trolez Martínez

Presidente de PyD

Este 2024 ha resultado un año muy especial para mí, ya que suponía el final de una etapa y el comienzo de otra. El año pasado cedi el testigo como CEO de PyD a mi hijo, Pedro Trolez Cortina, y ocupé el cargo de **Presidente**. Fue un proceso que viví con mucha emoción, porque sentí que, además del puesto, era el legado de una idea concebida hace casi 80 años lo que estaba traspasando a nuevas manos. Una idea que, perfeccionada a través de décadas de trabajo e innovación, conservaba sus principios, su compromiso con la excelencia y también el apellido de su fundador.

Confiaba en que el traspaso traería resultados excelentes, y así ha sido, como se verá más adelante en este informe. Entre los hitos de este año me gustaría destacar el gran avance que hemos conseguido en la implementación del *Net Positive Impact Plan*, la hoja de ruta que aprobamos en 2022 y que nos está guiando en la construcción de una compañía aún más sostenible, resiliente y competitiva, preparada para los desafíos actuales y también para los que vendrán.

A través de este plan hemos generado valor para la economía y para nuestros clientes. Y lo hemos hecho sin renunciar a nuestra esencia: cuidar el producto, situar en el centro a las personas (nuestro equipo, socios, proveedores y clientes) y generar un impacto positivo en nuestro entorno.

Como empresa familiar, sabemos que es en las relaciones duraderas donde florecen la confianza y el compromiso. Y esa ha sido la forma en la que hemos cultivado la vinculación con nuestros clientes, que siguen confiando en nuestra experiencia y visión para llevar sus marcas más lejos. Y lo mismo sucede con nuestras propias creaciones, que hemos cuidado con cariño y hoy son ya una referencia en el sector de la perfumería y la cosmética de lujo: TOUS Perfumes, HALLOWEEN Perfumes, EL GANSO Perfumes, SCALPERS Perfumes o Nightology.

Conseguir todo eso hubiera sido imposible sin un equipo comprometido de personas entusiastas, profesionales e innovadoras. Un verdadero motor del cambio que impulsa a PyD a perseguir metas cada vez más ambiciosas. A todas estas personas, a todo el equipo de PyD: muchas gracias por haber realizado una labor encomiable un año más.



Y no quería terminar esta carta sin mencionar otro hito muy importante para mí. En 1999 cree la Fundación Arcorlis para favorecer la inserción laboral en el tejido industrial de personas con discapacidad. En el año 2000 inauguramos un Centro Especial de Empleo en el que trabajan más de un centenar de personas y cuyos procesos se rigen por estrictos criterios de calidad. El año pasado llevamos esta idea un paso más allá: ampliamos las instalaciones con la inauguración de una planta en Alcalá de Henares, en la Comunidad de Madrid, una nueva superficie con la que podremos generar más empleo y prolongar la labor de inclusión que realizamos desde hace casi tres décadas.

Por todo lo anterior, 2024 ha sido un año que recordaré con mucho cariño. El primero de una nueva etapa en la que, bien establecidos sobre nuestro legado, seguiremos avanzando gracias a la innovación y la excelencia de nuestros equipos y los productos que desarrollamos. El primer año exitoso de lo que auguro serán muchos más. Estoy seguro.

1.2. Carta del CEO

Pedro Trolez Cortina

CEO de PyD

Cuando asumí el cargo de CEO de PyD, lo hice con gran orgullo y consciente de la enorme responsabilidad que tenía. Estaba tomando las riendas de una compañía líder en el sector que ha sabido reinventarse mientras se mantenía fiel a sus orígenes. Y no era un reto fácil, dado que quienes me precedieron hicieron un trabajo excelente y construyeron lo que hoy es una empresa de referencia.

Así que, a la vista de todo cuanto hemos logrado este año, no puedo estar más satisfecho. Por eso, me gustaría empezar esta carta felicitando y agradeciendo el trabajo a todas las personas que forman parte de PyD.

También quisiera recordar otro hito vinculado a una cifra importante para nosotros: la venta de 10 millones de unidades de HALLOWEEN Eau de Toilette de 100 ml, una de nuestras fragancias más queridas. Esta marca es un fiel reflejo de la historia de PyD. La creamos hace casi 30 años y ha sabido adaptarse a los tiempos cautivando a distintas generaciones de consumidores.

Nuestra capacidad de adaptación siempre ha sido uno de nuestros rasgos distintivos. Hoy es más necesaria que nunca para afrontar el gran desafío que supone el cambio climático y todas sus derivadas sociales, económicas y medioambientales. Con este objetivo, en 2024 hemos desarrollado tapones sostenibles para dos de nuestras fragancias más vendidas.

Estas innovaciones ponen de manifiesto nuestra apuesta por la sostenibilidad y nos conectan con nuestro *Net Positive Impact Plan*, el marco de actuación del que nos hemos dotado para llevar a la empresa hacia su siguiente nivel mientras seguimos generando impacto positivo en nuestro entorno y nuestros stakeholders. Una forma de plantear una actividad económica que demuestra que negocio y compromiso pueden ir de la mano. Prueba de esto es que hemos vinculado los objetivos de sostenibilidad a la retribución variable de todos nuestros empleados.

Conciliar rentabilidad y sostenibilidad solo es posible cuando cumplimos escrupulosamente los más altos estándares de calidad y seguridad. Por eso, en 2024 generamos un estándar de calificación para todos nuestros productos en materia de ingredientes y envases. Una de las medidas derivadas fue la aplicación de la herramienta



Green Motion™ para evaluar el impacto ambiental de nuestras fragancias en sus diversas fases de producción.

Otro de los asuntos primordiales en este 2024 fue la redacción de nuevos procedimientos de auditoría y evaluación para proveedores, así como de compras y calidad de producto. Mejoras destinadas a asegurar el *compliance* en aquellos segmentos de nuestra cadena de valor que dependen de terceras partes. Porque otro de nuestros rasgos como compañía es que no solo cumplimos los más altos estándares de calidad y seguridad, sino que tratamos de que también lo hagan nuestros proveedores y los de estos.

Este grado de exigencia, que muchas veces supera las expectativas e incluso los reglamentos vigentes, forma parte de nuestro ADN. Un afán de excelencia en todo cuanto hacemos que nos ha llevado a donde estamos y que nos impulsará a lograr nuevos éxitos.

1.3. Nuestra esencia

En PyD somos expertos en el sector de la perfumería selectiva desde hace más de 25 años. Creamos y distribuimos fragancias de **prestigiosas marcas de moda y lujo para todo el mundo**, y asesoramos a marcas reconocidas que confían en nuestra experiencia para distribuir sus productos en nuevos mercados.

Más de dos décadas de éxito avalan nuestra trayectoria, con fragancias icónicas, y una trayectoria empresarial construida sobre tres principios sólidos: **cuidar el producto, reconocer a las personas** (nuestro equipo, socios, proveedores y clientes) y **contribuir positivamente a nuestro entorno**.

Cada fragancia, una historia. Cada marca, una experiencia

Nuestros perfumes son reconocidos y muy valorados por nuestros consumidores: TOUS Perfumes, HALLOWEEN Perfumes, EL GANSO Perfumes, SCALPERS Perfumes y Nightology.

Desde nuestras filiales en todo el mundo distribuimos referencias internacionales como Goutal Paris, Juliette has a gun, Moschino, Missoni, Versace o Cartier, además de los cosméticos selectivos de AHAVA, en España.

Generamos relaciones a largo plazo con los mejores

Sabemos que la fuerza de nuestra empresa radica en la unión entre personas, y por eso cultivamos relaciones a largo plazo y afrontamos los retos en equipo. Tenemos la convicción inquebrantable de que estamos juntos en este viaje.

“Elegir a PyD ha sido un verdadero éxito. Han sabido captar el ADN de la marca desde el primer momento y han sabido transmitirlo en cada fragancia y cada acción”.

Álvaro y Clemente Cebrián, fundadores de EL GANSO

“Desde SCALPERS queremos agradecer la gran labor de PyD. Gracias a ellos, hemos descubierto el fascinante mundo de la perfumería selectiva y cómo el olor de una fragancia puede transmitiros una infinidad de sensaciones o teletransportarnos a una de nuestras tiendas”.

Borja Vázquez, socio fundador de SCALPERS

“Hace ya más de dos décadas que comenzamos nuestra relación con PyD, un viaje lleno de aprendizajes en el que hemos logrado trasladar la propuesta de TOUS al mundo de la perfumería selectiva, llevando juntos la marca a todo el mundo”.

Rosa Tous, vicepresidenta corporativa de TOUS

Nos involucramos en lo que creemos

El compromiso personal, el impulso emprendedor, el conocimiento de lo que hacemos y la calidad integral de todo lo que desarrollamos son valores esenciales en PyD, y los transmitimos de generación en generación. Somos, ante todo, una empresa familiar y como tal, formamos parte de la **Asociación de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM)**.

También participamos activamente en el ecosistema empresarial de nuestro país. Somos socios de la **Fundación CRE10000**, que se dedica a orientar a las empresas medianas hacia sus objetivos, y nuestro presidente, Pedro Trolez Martínez, es socio del **Círculo de Empresarios de Madrid**. Asimismo, somos parte de la **Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA)**.

Más de un cuarto de siglo de éxito

2024 ha sido un año importante en la historia de PyD por dos hitos importantes. Para empezar, cerramos el primer ejercicio desde que Pedro Trolez Cortina asumió el cargo de CEO en 2023 de la mano de su padre, Pedro Trolez Martínez, hoy presidente. Un relevo generacional imprescindible que asegura que los valores y las señas de identidad de la empresa familiar permanecerán intactos.

El segundo hito de 2024 fue la venta de 10 millones de unidades de **HALLOWEEN** Eau de Toilette de 100 ml, una de nuestras fragancias más queridas por nuestros consumidores desde que fue creada hace casi 30 años.

Ambos hitos demuestran que, cuando se cultiva el talento, el esfuerzo y la atención a los detalles, es posible construir una empresa y desarrollar unos productos cuya esencia es reconocida y valorada generación tras generación, aunando pasado y presente con una clara visión de futuro.

¿Cómo hemos llegado hasta aquí?

La historia de PyD tiene como primer protagonista a Pedro Trolez Álvarez (abuelo de Pedro Trolez Cortina, actual CEO), que comenzó a trabajar en la industria farmacéutica en 1947 y a distribuir, en 1956, los perfumes de Christian Dior en España.

En 1985 se incorpora una nueva generación al negocio con la llegada de Pedro Trolez Martínez, que empieza a trabajar con su padre. Cuatro años después, en 1989, Trolez Martínez se une a Jesús Del Pozo para diseñar, fabricar y distribuir sus fragancias, iniciando una fructuosa década de los 90.

La colaboración con el diseñador madrileño produce, en 1992, la legendaria fragancia **DUENDE**, a la que se suma, en 1997, nuestra creación **HALLOWEEN** Eau de Toilette, un perfume icónico que, con casi 30 años de historia, sigue siendo un éxito comercial, como demuestran las cifras de 2024.

El gran acontecimiento de la década sucede en 1998, cuando Pedro Trolez Martínez funda Perfumes y Diseño S.L. (PyD), integrada por entonces por un equipo de 33 personas.

Llegamos al siglo XXI con la audaz apuesta de introducirnos en un nuevo sector, el de la joyería. Así que en 2000 creamos la joint venture **TOUS Perfumes**, de la que emerge, en 2002, **TOUS** Eau de Toilette, un producto que se suma a nuestro portafolio de éxitos.

La década sigue avanzando, y en el último lustro volvemos a demostrar nuestra capacidad de reinención al firmar dos acuerdos de licencias con dos proyectos de moda tan singulares como refrescantes: **EL GANSO**, en 2017, y **SCALPERS**, en 2019. Con ambas marcas lanzamos gamas completas de fragancias para hombre, mujer y niños.

En 2020 lanzamos **Nightology**, una colección de creaciones olfativas únicas que triunfa más allá de nuestras fronteras.

En 2023, fecha en la que celebramos el 25º aniversario de PyD, el liderazgo de la compañía salta a la tercera generación con la llegada de Pedro Trolez Cortina, que asume el cargo con el objetivo de mantener el crecimiento del negocio de los últimos años y consolidar a PyD como lo que es hoy en día, una empresa solvente, innovadora y conciliadora. Una organización con la misma determinación por trascender su zona de confort y perseguir aquello en lo que cree firmemente.



Un mercado mundial

PyD es una compañía global con sede en Madrid y un equipo de area managers y coordinadores internacionales. Cuenta con dos filiales, una en Portugal y otra en Miami, que apoya el negocio en los países de Latinoamérica y el Caribe. Gracias a una extensa red de distribución, los productos de PyD están presentes en más de 90 países.

Nuestra estructura, nuestro equipo

Corlever, S.L. (en adelante, PyD) 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:

■ 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*).

■ 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 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.

■ 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.

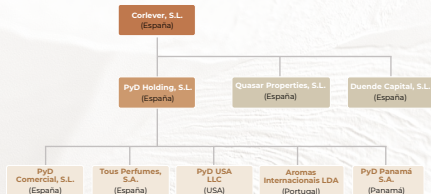
■ Aromas Internacionais, LDA.

Domiciliada en la zona industrial Olá, 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 Panamá S.A.

Domiciliada en Avenida Samuel Lewis y calle 56, Ciudad de Panamá. Su actividad principal es la prestación de servicios y comercialización de productos de perfumería y cosmética.

Organigrama



1.4. Lo que nos hace ser quiénes somos: valores PyD

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 Arcorís, 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.

Nuestros orígenes definen lo que somos y PyD nació desde la vocación empresarial como una apuesta valiente y sincera. Nuestro espíritu independiente, conocimiento, tenacidad e integridad nos llevan, hoy y desde siempre, a ser capaces de salir de nuestra zona de confort para apostar en lo que creemos, e involucramos en aquellos proyectos y en aquellas personas que realmente merecen la pena.



Impulso emprendedor

*Audaz pero no
imprudente*



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 con 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.

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 nuestra experiencia, nuestro conocimiento y nuestra creatividad en la creación 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.



Calidad integral

*Exigente pero
no soberbia*

1.5. El año en hitos

- **Venta de 10 millones** de unidades del frasco de HALLOWEEN EDT desde su lanzamiento.
- **My Wish, el nuevo perfume de HALLOWEEN**, el inicio de un nuevo pilar de fragancias más sofisticado y actual.
- **Llegada de My Wish a los mercados internacionales**, con presentaciones de gran éxito en Dubai, Chile, Colombia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguay, Perú, o Puerto Rico, entre otros.
- **Presentación de las últimas novedades de PyD** en la convención de referencia de **TFWA (Tax Free World Association)** en Cannes.
- **Nuevos avances en sostenibilidad con el desarrollo de tapones sostenibles** en dos fragancias: My Wish de HALLOWEEN, con una tapa interior fabricada al 100% con material reciclado post-consumo (PCR), y Her&The Wild Flower de SCALPERS, creado con un 50% de plástico reciclado post-industrial (PIR).
- **Seminario Internacional en Madrid** con los brand managers de nuestros distribuidores a nivel mundial.
- **Nuevas instalaciones de Fundación Arcotris** en Alcalá de Henares con más de 6.000 m², para conseguir la integración laboral de muchas más personas.
- **Colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer** por el Día Mundial contra el cáncer de mama (19 de octubre).



Reconocimientos nacionales e internacionales para nuestros perfumes

- **Electrotouch de TOUS**, premiado en los XIII Premios de Belleza Mujerhoy.
- **TOUS LoveMe The Emerald Elixir**, en los prestigiosos premios "Love Cosmetics Awards 2024" de Polonia, y en los III Premios WOMAN Beauty.
- **Fun & Chic de EL GANSO**, en la primera edición de los Premios InStyle Belleza con Influencia, y en los premios Perly Rynku 2024 de Polonia.
- **Scalpels Yacht Club de SCALPERS**, en los premios ICON, la revista de El País.

1.6. Cifras claves de 2024

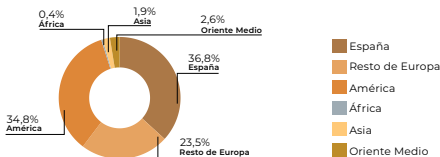
Ventas: **108.099.080,26 €**

EBITDA
consolidado: **20.862.604,65 €**

EBIT
consolidado: **18.505.026,58 €**

Ventas desglosadas por territorio (en euros)

	2023	2024
España	43.551.823	39.749.702
Resto de Europa	22.706.573	25.444.765
América	40.142.459	37.621.616
África	385.423	412.033
Asia	2.454.819	2.105.428
Oriente Medio	3.144.625	2.765.536



02

Entorno y estrategia

2.1. Un momento de retos y oportunidades

2.2. Relación con los grupos de interés: avanzamos
juntos en la misma dirección

2.3. Análisis de asuntos relevantes: profundizamos en
nuestra generación de valor

2.4. Así creamos impacto positivo

2.1. Un momento de retos y oportunidades

En un contexto de incertidumbre y tensiones geopolíticas, el sector de la perfumería y la cosmética continúa siendo sinónimo de progreso económico, además de social y ambiental. Las exportaciones españolas de productos de perfumería y cosmética aumentaron los 10 primeros meses de 2024 un 23%, un crecimiento récord que mantiene a España en el top 10 mundial de países exportadores de perfumes y cosméticos como **segundo exportador mundial de perfumes** y cuarto mayor mercado de la Unión Europea¹.

Si miramos por territorios, **Estados Unidos** constituye el principal destino fuera de las fronteras europeas, con un 9% del total del sector y unas exportaciones por valor de 672 millones de euros. Por su parte, **Latinoamérica** sigue consolidándose como mercado clave para el crecimiento de la industria española del perfume. En el mismo periodo —los 10 primeros meses del año— las exportaciones españolas experimentaron un incremento superior al 16% respecto al año anterior. Con 412 millones de euros, a mucha distancia de la segunda, la categoría más exportada fue la de perfumes y fragancias.

Estas cifras ponen de manifiesto la contribución del sector como motor de desarrollo económico. Una aportación al tejido económico y social que convive con un conjunto de retos que la industria afronta con determinación y resiliencia. Es el caso del problema de las **falsificaciones**, que —de acuerdo con un informe publicado en 2024 de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO)²— provocan pérdidas estimadas en 3.169 millones de euros anuales en toda la UE, equivalente al 4,8% de las ventas del sector. En España, si bien el impacto de las falsificaciones se ha ido reduciendo, supone unas pérdidas económicas de 398 millones de euros y la destrucción de más de 3.600 puestos de trabajo.



¹Según datos de Estacom recogidos por Stanga (Asociación Nacional de Perfumería en España).

²Fuente: <https://www.stanga.com/noticia/las-falsificaciones-de-cosmeticos-suponen-perdidas-de-casi-400-millones-de-euros-y-la-destruccion-de-mas-de-3-600-empleos-cada-ano-en-espana/>

Más allá del contexto económico, una serie de tendencias se van confirmando como determinantes para los próximos años:

Nuevo equilibrio entre regulación y competitividad

En 2024 la Unión Europea presentó el **Informe Draghi**, con orientaciones para mejorar la competitividad de la Unión a través de la innovación, la descarbonización y la seguridad económica desde una perspectiva renovada hacia una simplificación de la regulación. En este sentido, la nueva Comisión anunció un proceso de racionalización normativa (proyecto Ómnibus) para simplificar la aplicación de los tres hitos normativos en torno al reporte ESG: la Directiva de Informes sobre Sostenibilidad Corporativa (CSRD, por sus siglas en inglés), el reglamento de taxonomía de finanzas sostenibles y la Directiva de Debida Diligencia en Sostenibilidad (CSDDD, por sus siglas en inglés).

Transparencia y protección del consumidor frente al greenwashing

Esta regulación, con la **Directiva sobre el empoderamiento de los consumidores**, sigue avanzando para combatir las prácticas engañosas que afectan a la capacidad de las personas para tomar decisiones de consumo sostenibles como la obsolescencia temprana, las afirmaciones medioambientales engañosas, la información engañosa sobre las características sociales de los productos y los distintivos de sostenibilidad poco transparentes.

Agenda climática

En 2024 experimentamos el año más cálido desde que existen registros y fue el primero en superar el umbral del 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales que marca el **Acuerdo de París**. Para reforzar este y el camino hacia el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Naciones Unidas aprobó en 2024 el **Pacto para el Futuro**, que aborda temas diversos como el cambio climático con el objetivo de acelerar la acción real en todos los países.

Auge imparable de la inteligencia artificial

La inteligencia artificial fue una de las protagonistas de la última reunión anual del Foro Económico Mundial en Davos. Esta tecnología conlleva múltiples implicaciones tanto para los procesos productivos o la organización interna de las empresas como para el mercado de trabajo y las formas de compra online a medio-largo plazo.



2.2. Relación con los grupos de interés: avanzamos juntos en la misma dirección

Como actor clave para la economía y la sociedad, las empresas tenemos una responsabilidad ante los grandes retos del momento. Importa lo que hacemos, y también como lo hacemos, porque nuestra actividad influye en las personas vinculadas al negocio (nuestro equipo, proveedores, clientes), en el entorno y en la sociedad en general. Por eso debemos alinear nuestra actividad con la generación de un impacto positivo en aquello que nos rodea.

Y para hacer coincidir negocio e impacto es imprescindible la escucha activa: comprender cuáles son los intereses de nuestros stakeholders. Para ello, desde PyD desplegamos **herramientas y canales de comunicación para favorecer y potenciar la conversación con nuestros grupos de interés**. Porque solo cuando conocemos cuáles son las preocupaciones, deseos y expectativas de estos grupos, podemos aplicarlos a nuestro negocio.

Esta preocupación por la escucha va en consonancia con la nueva regulación sobre información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD), que concede mayor importancia a la consulta a los grupos de interés y a la integración de sus demandas y necesidades en la estrategia de la empresa.

El resultado de practicar la escucha es que construimos un sólido compromiso con nuestros stakeholders, una relación construida sobre la confianza y la responsabilidad compartida que perdura a lo largo del tiempo.

Obrar de esta forma refuerza el orgullo de pertenencia de las personas que integran nuestros equipos, la fidelidad de nuestros clientes, la solidez de nuestra marca y también nuestra legitimidad social ante los reguladores y la sociedad en general.

Mapa de grupos de interés

El mapa de grupos de interés de PyD está formado por dos grandes grupos: internos y externos.

Grupos internos

Personas, individuales o reunidas en unidades operacionales, que forman parte de la actividad económica de la empresa, operan bajo la cadena de mando y están integradas en su estructura organizacional. Incluimos a los propietarios de la empresa, sus directores y sus empleados, así como a las unidades de operaciones, logística, financiero, sistemas y tecnologías o mercado y ventas, entre otras

Grupos externos

Entidades que no forman parte de la estructura de la empresa, pero participan de alguna forma en su actividad. Son los socios, los proveedores, la competencia, los reguladores, los medios de comunicación y las comunidades

Estos dos grandes grupos se despliegan en una serie de stakeholders con los que PyD prioriza unos objetivos estratégicos que se plasman en el día a día, en una relación continua y orientada a la generación de valor para ambas partes.

2.3. Análisis de asuntos relevantes: profundizamos en nuestra generación de valor



En previsión de la aplicación de la Directiva de Informes sobre Sostenibilidad Corporativa (CSRD), ya en 2023 dimos los primeros pasos y nos preparamos con un análisis que recogía algunos aspectos de la nueva normativa, más exigente en cuanto al alcance y el detalle de la información que las empresas deben presentar en sus informes.

Así, desde ese enfoque, evaluamos los temas más relevantes para PyD con una doble perspectiva (de fuera hacia dentro y de dentro hacia fuera):

Foco valor del negocio

Impacto de las cuestiones ESG que afectan a la rentabilidad financiera y a la capacidad para crear valor de la empresa

Foco medioambiente y personas

Impacto de la actividad de PyD en el planeta, las personas y el conjunto de sus grupos de interés

Este análisis nos permite conocer cuál es el impacto que generamos con nuestro negocio. Una información trascendental para evaluar los riesgos y las oportunidades y apuntalar tanto las estrategias a largo plazo como los movimientos más inmediatos, con el fin de minimizar los efectos negativos y optimizar los positivos.



Resumen de la metodología del análisis

Análisis externo

La primera fase del proceso de identificación y actualización de los asuntos más relevantes para PyD se basó en un análisis del contexto regulatorio y de los principales estándares en materia de sostenibilidad:

■ **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 analistas y estándares financieros 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 Devida Diligencia 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 de Producto.
- Comisión de Operaciones.
- Comisión de Personas.
- Comisión de Gobierno.

Matriz de relevancia

Como resultado de este análisis, se identificaron **15 asuntos relevantes** en seis ámbitos temáticos: diseño del negocio e innovación, clientes, medioambiente, profesionales, proveedores, ética y buen gobierno:

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 (gases de efecto invernadero).
5. Gestión de agua y aguas residuales.
6. Gestión de residuos y materiales peligrosos.
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.
13. Prácticas laborales.
14. Atracción, desarrollo y formación.
15. Compromiso, diversidad e inclusión de los empleados.
16. Ética empresarial.
17. Gestión del entorno legal y regulatorio.

■ Diseño del negocio e innovación

■ Proveedores

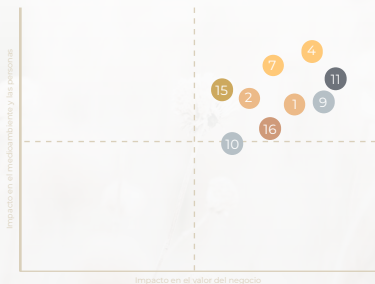
■ Medioambiente

■ Profesionales

■ Clientes

■ Ética y buen gobierno

Como última fase, estos temas fueron evaluados y ponderados tanto desde una perspectiva de impacto social y medioambiental como de creación de valor para el negocio. El resultado dio forma a la matriz de relevancia de PyD, compuesta por los asuntos en los que ponemos el foco en nuestra gestión y que orientan nuestros esfuerzos hacia la creación de valor:



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 (gases de efecto invernadero).

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. Así creamos impacto positivo

Nuestro modelo de negocio está basado en un conjunto de principios éticos, sostenibles y responsables hacia el cliente, los empleados, los proveedores, los accionistas, la sociedad y el medioambiente.

Estos principios definen el marco en el que opera PyD y cómo afronta su papel en el mundo actual. Atravesamos un escenario global marcado por el cambio climático, las tensiones geopolíticas, el aumento de las desigualdades sociales y la desinformación. Es un momento convulso, donde las empresas tenemos la responsabilidad de marcar la diferencia. Y debemos hacerlo con urgencia, ya que casi hemos completado la primera mitad de la denominada Década de Acción, el término acuñado por las Naciones Unidas que señala la cuenta atrás hacia el año 2030, la meta para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El **Net Positive Impact Plan** es el ambicioso marco de actuación de PyD para afrontar el desafiante escenario actual y generar impacto positivo en materia ambiental, social y de buen gobierno a través de su cadena de valor.

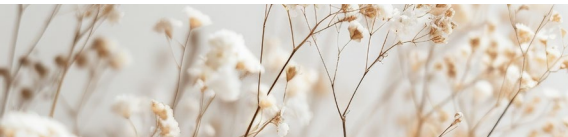
Este Plan Director de Sostenibilidad, que iniciamos en 2022, plantea una visión a tres años, donde el papel de PyD es doble: asumimos un **papel protagonista** y también como **catalizadores para que otros se comprometan con el cambio**. Somos protagonistas cuando elevamos los estándares sociales y ambientales en el desarrollo de nuestros productos y la ejecución de nuestras operaciones. Y somos catalizadores cuando aplicamos nuestros principios a toda nuestra cadena de valor y animamos a nuestros proveedores y marcas a que hagan suyos estos principios y añadan la innovación y las prácticas sostenibles a su negocio.

Porque solo así, juntos, podemos generar un impacto positivo lo suficientemente sólido como para acelerar la transformación en clave sostenible y competitiva.

Gobernanza de la sostenibilidad en PyD

Definir, impulsar y monitorizar las líneas de actuación del **Net Positive Impact Plan** y los objetivos anuales de sostenibilidad es la labor del Comité de Sostenibilidad. Este órgano está compuesto por las direcciones Financiera, Marketing, Producción, Comunicación y Recursos Humanos, y reporta directamente a la Dirección General de PyD.

En 2024 el comité celebró dos reuniones.





Pilares del *Net Positive Impact Plan*

El Plan Director de Sostenibilidad se articula en cuatro líneas de actuación:

■ Productos con impacto positivo

Desarrollamos productos propios con impacto positivo y animamos a las marcas a que incorporen componentes sostenibles en sus creaciones.

■ Operaciones con impacto positivo

Definimos prácticas y procesos sostenibles en toda nuestra cadena de valor y los monitorizamos para asegurar su cumplimiento.

■ Personas como motor del cambio

Generamos un entorno de trabajo seguro, diverso y comprometido, y empoderamos al equipo PyD para que asuma un papel protagonista en el cambio.

■ Cultura, ética y transparencia

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

En 2024 se completaron algunas iniciativas planteadas y se añadieron nuevos objetivos para los próximos años, lo que demuestra que este plan es una herramienta viva capaz de adaptarse al escenario cambiante del mundo global.



Productos con impacto positivo

Compromisos	Estatus	Iniciativas	Actividades
Generación de un sistema de medición.		Generación del estándar de calificación para los productos de PyD.	Uso del software Green Motion™. Establecer criterios para la calificación. Packaging (foco en vidrio): establecer un sistema de evaluación.
Alternativas ESG de desarrollo.		Establecer objetivos para avanzar hacia el producto Net Positive-lujo sostenible.	Nuevos desarrollos sean veganos y contengan al menos tres ingredientes upcycling.
Comunicación de ESG en producto.		Avanzar hacia la circularidad de los productos.	Estudio, propuesta de uso de plástico reciclado.

Operaciones con impacto positivo

Compromisos	Estatus	Iniciativas	Actividades
Proveedores responsables.		Gestión de proveedores.	Avanzar en el mapeo de la cadena de suministro más allá de los proveedores de primer nivel. Establecer los criterios ESG para la homologación de proveedores. Estudio de los proveedores con mayor riesgo para establecer un mapa de riesgo.
Eficiencia en las operaciones.		Eficiencia en las operaciones.	Eficiencia en el movimiento de mercancías.
Mapa de producto.		Elaboración información reportada en la Memoria 2024.	1. Redacción y puesta en marcha de un proceso de retención y control de muestras que nos permita incrementar las garantías de calidad en nuestros productos terminados. 2. Revisión del documento de vida útil de nuestros productos. 3. Descripción del flujo de trazabilidad de los productos. 4. Nuevo protocolo para la gestión de las reclamaciones que recibamos de nuestros clientes, en él se pretende describir las vías a través de las cuales se reciben reclamaciones y los datos necesarios para tratar, de forma adecuada, el análisis de esa reclamación y el plan de mejora asociado a esa reclamación, en caso de que proceda.



En progreso



Iniciativa completada



Reducción de la huella de carbono.		Consolidación de datos en los alcances 1 y 2.	Consolidación de datos en los alcances 1 y 2.
		Comenzar la medición en alcance 3.	Comenzar la medición en alcance 3: Avanzar en la medición del alcance 3 en la parte relacionada con el transporte de producto, viajes de los empleados y traslados de los empleados casa-oficina.
		Gobernanza climática.	Establecer el modelo de gobernanza climática.

Personas como motor de cambio

Compromisos	Estatus	Iniciativas	Actividades
PyD con la sostenibilidad.		Formación a los empleados de PyD para convertirse en embajadores	Establecer e implementar un plan de formación para los empleados según su categoría con contenidos relacionados con sostenibilidad.
		Mejora del engagement de los empleados.	Impulso del uso de la intranet en la compañía.
		Roadmap B Corp.	Autoevaluación B Corp.
Establecer un cuadro de mando.		Indicadores RRHH.	Comparar KPI reportados en la Memoria de Sostenibilidad 2022-2024 para establecer objetivos de continuidad o mejora.
Vincular los objetivos de la sostenibilidad al variable.		Políticas de formalización de la gestión de empleados.	Formalizar la gestión de los empleados en políticas y procedimientos.

Cultura ética y transparencia

Compromisos	Estatus	Iniciativas	Actividades
Sistema de compliance.		Sistema de compliance.	Auditoría y plan de implementación del sistema actual de protección de datos de la compañía a nivel legal.
Gestión de riesgos ESG.		Gestión de riesgos ESG.	Avanzar en el proceso de identificación de los riesgos climáticos (Ley 07/2021).



En progreso



Iniciativa completada

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
 Fragancias	HALLÖWEEN SCALPERS  EL GANSO TOUS Nightology THE ALIENIST CROCODILES	GOUTAL PARIS Juliette has a gun 
 Cosmética		AHAVA





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.

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.

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!

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 europeo¹, 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.



¹El 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**⁴, 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**⁴, 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.



⁴ 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

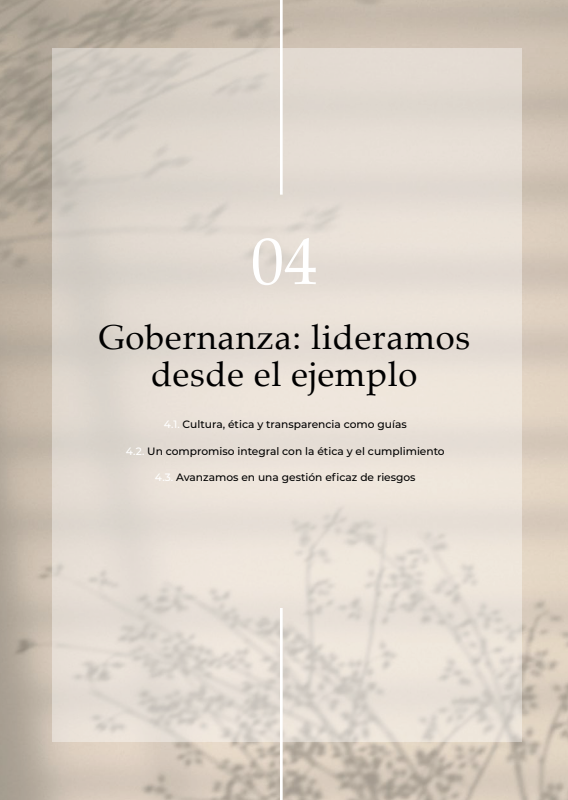
El Corte Inglés

Sasa
ambassadors of beauty

El Palacio de Hierro

PERFUMES & COSMETICA





04

Gobernanza: lideramos desde el ejemplo

- 4.1 Cultura, ética y transparencia como guías
- 4.2 Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento
- 4.3 Avanzamos en una gestión eficaz de riesgos



4.1. Cultura, ética y transparencia como guías

Nuestros principios y valores se encuentran arraigados en el corazón de la compañía, y desde ahí parten para alcanzar todas las demás áreas. Evaluamos y potenciamos nuestras políticas de gobierno, ética y cumplimiento normativo para que estén a la altura de nuestros principios y de las recomendaciones y los más altos estándares internacionales.

Desarrollamos nuestra actividad en un marco de referencia interno construido sobre códigos, planes de actuación y protocolos de buenas prácticas. Un escenario que nos permite operar dentro de los más exigentes niveles de transparencia, legalidad y seguridad.



Net Positive Impact Plan: avances y retos Cultura, ética y transparencia

Dentro de las líneas de actuación del *Net Positive Impact Plan*, hemos completado todas las formaciones y estamos auditando el sistema de protección de datos. También seguimos potenciando el canal de denuncias, que es público, está gestionado según el procedimiento y se incluye en el proceso de *onboarding* para nuevas contrataciones.

Además, hemos continuado reforzando nuestro sistema de compliance con un procedimiento de auditoría y evaluación de proveedores que será implementado en 2025, y la nueva Política de calidad del producto. Asimismo, hemos sido auditados por proveedores externos en materia de sistemas y de protección de datos legales.

En cuanto a la gestión de riesgos, hemos dado los primeros pasos para integrar los riesgos ESG en los riesgos corporativos de PyD, e identificar aquellos relacionados con el cambio climático.

Gobierno corporativo

En la cúspide de PyD se encuentra su presidente, Pedro Trolez Martínez, y el Comité de Dirección, que lidera al director ejecutivo, Pedro Trolez Cortina, y agrupa a los directores de las 11 áreas.

- Dirección General, CEO.
- Dirección Financiera.
- Dirección de Global Marketing.
- Dirección de Comunicación.
- Dirección de Operaciones.
- Dirección de Tecnología de la Información.
- Dirección de Recursos Humanos.
- Dirección Comercial Nacional.
- Dirección Internacional.
- Dirección Nicho.
- Dirección PLV.

Esta estructura organizativa combina una visión global de la compañía con un acercamiento concreto a cada una de las áreas, gracias a la presencia de sus directores. El resultado es una organización sólida pero también ágil, que permite tomar decisiones estratégicas a largo plazo y elaborar y ejecutar tácticas más inmediatas, con el objetivo de atajar los cambios repentinos del mercado.





4.2. Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento

Nuestros códigos, planes, políticas y protocolos vertebran los principios que guían nuestra actividad y alcanzan todas las áreas y especializaciones de la compañía. Solo así podemos tener la seguridad de que todas las personas que integran PyD obran como una sola unidad en lo que se refiere a cumplimiento, integridad y transparencia.

El conjunto de normas que nos hemos dado para poner en práctica nuestro compromiso con la ética y el cumplimiento consta de:

Código Ético y de Conducta

Es el documento que 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. Además, el código prohíbe cualquier conducta o acuerdo que pueda limitar la libre competencia en el mercado o pueda considerarse abusivo o ilegítimo.

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 este documento, actualizado en 2024, y que los extiendan a terceros (fábricas, subcontratistas y otros proveedores) para garantizar unos estándares éticos y de cumplimiento similares a los preservados por PyD.

Manual de Prevención de Delitos

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 normativas.

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 Riesgo

Contiene la relación de controles establecidos por PyD.

Plan de Acción

Herramienta de regeneración constante para identificar y seguir cualquier iniciativa de mejora sea cual sea su origen. Estas iniciativas pueden provenir de las áreas, de 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 el soborno

Prohibimos y perseguimos cualquier conducta que pueda vincularse a sobornos, pagos o comisiones indebidas ya sea en el ámbito público o privado. Y no solo vigilamos que ocurran en nuestro entorno, sino que colaboramos con las entidades públicas para facilitarles su supervisión. Nuestra postura frente a cualquier forma de corrupción o trato de favor se resume en tolerancia cero.

Además, prestamos especial atención a los proveedores con los que trabajamos. Antes de su contratación, investigamos y analizamos sus datos y documentación, siempre bajo el amparo del correspondiente procedimiento Know Your Customer (KYC).

En PyD creemos en una competencia leal y en igualdad de oportunidades, por lo que prohibimos cualquiera de los siguientes comportamientos:

- Estafas, fraudes o engaños.
- 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 y cualquier difusión de secretos empresariales.
- Alteración de precios.
- Falsificación de medios de pago.
- Cualquier acto 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 en las relaciones profesionales, administrativas o comerciales.

En 2024 continuamos las formaciones internas a todos los empleados y colaboradores, y prestamos especial atención a las relacionadas con la lucha contra la corrupción.

Información financiera veraz y transparente

Publicamos información financiera que refleja fielmente la situación económica y patrimonial de todas las sociedades que componen nuestro grupo. Disponemos de controles y procedimientos internos para garantizar que elaboramos los informes sobre los estados financieros de acuerdo con la normativa, los estándares y los principios contables. Además, nuestra información financiera es revisada por auditores externos independientes.

Blanqueo de capitales y financiación del terrorismo

Aplicamos con rotundidad todas las medidas de debida diligencia encaminadas a luchar contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo. Como compañía global que opera en todo el mundo, somos especialmente cuidadosos para detectar personas o entidades que pudieran cometer prácticas irregulares o que usaran la marca para realizarlas en su nombre. Ante la mínima sospecha, actuamos conforme a nuestros mecanismos internos y no dudamos en hacer partícipes a las autoridades si la situación lo requiere.

Todas las áreas de PyD aplican las medidas de debida diligencia en sus relaciones comerciales, para garantizar el origen lícito de los fondos de terceras partes.





Debida diligencia en derechos humanos

Como no puede ser de otra forma, en PyD llevamos a gala el máximo respeto a la **Declaración Universal de los Derechos Humanos**, y bebemos de este documento para elaborar nuestras políticas. En la compañía no solo respetamos a rajatabla los derechos y libertades reconocidos, sino que actuamos como catalizadores para que estos principios sean igualmente honrados por nuestros clientes y proveedores allí donde operamos, máxime en un contexto marcado por la nueva Directiva de Debida Diligencia en Sostenibilidad Corporativa (CSDDD, por sus siglas en inglés), aprobada en 2024.

Como generadores de empleo, los derechos laborales nos afectan especialmente. Garantizamos el cumplimiento de las prerrogativas de los trabajadores que emanan de los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y que se articulan a través de leyes, convenios colectivos y de los propios contratos. Respetamos estos derechos por encima de cualquier imposición en materia laboral o de Seguridad Social que pudiera limitarlos o derivar en una situación de precariedad laboral.

Además de actualizar el Código de Conducta de Proveedores, en 2024 lo publicamos en nuestra web (www.pyd.es). También proseguimos imponiendo nuestra exhaustiva cláusula de respeto a los derechos humanos en los contratos de distribución que firmamos con clientes internacionales. Nuestra postura es firme con proveedores y clientes: si no garantizan su máximo respeto a los derechos humanos, no se trabaja con ellos.

Conflicto de intereses

Un conflicto de intereses se produce cuando un hecho o circunstancia pone en peligro la neutralidad y la objetividad que debe regir en nuestras funciones profesionales. Nuestro Código Ético y de Conducta obliga a nuestros empleados a evitar cualquier escenario de este tipo en sus relaciones con proveedores, clientes, competidores, reguladores, etc.

Nuestro sistema de cumplimiento contempla la hipotética situación en la que un empleado se viera envuelto en una situación de esta naturaleza. De suceder, tendría prohibido participar en la actividad y, además, debería comunicarlo obligatoriamente e inmediatamente al *compliance officer* y al director del área vinculada.

Respeto a la libre competencia

En PyD entendemos la libre competencia como una condición básica e imprescindible para llevar a cabo cualquier actividad económica. Solo en un escenario con unas reglas claras, justas y fiables, de obligado acatamiento para todos los jugadores, las empresas podemos desenvolvernos en plenas facultades, ser competitivos y generar valor e impacto positivo en la sociedad.

Nuestro Código Ético y de Conducta dedica una mención solemne a la libre competencia, tal es su importancia. El documento prohíbe cualquier acuerdo que pueda considerarse abusivo, ilegítimo o que pueda limitar la libre concurrencia, como los pactos de precios o los repartos de mercado. En caso de hallar alguna sospecha sobre una práctica relacionada, nuestros empleados deben informar urgentemente a la cadena de mando.

Seguridad de la información

Como compañía que opera en todo el mundo, las tecnologías de la información y la comunicación son imprescindibles para contactar con clientes, proveedores, distribuidores y consumidores. Por lo que proteger estas redes y nuestros datos es vital para nuestro negocio.

Para garantizar la seguridad de nuestros equipos informáticos y medios tecnológicos, restringimos su uso al desarrollo de nuestra actividad profesional, y siempre en el marco de prácticas seguras y cuidadosas que marcan nuestras normas internas.

En cuanto al tratamiento de los datos personales, contamos con un sistema de gestión de los mismos que garantiza el cumplimiento de los derechos de protección recogidos en la legislación vigente, que comprende: a) la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y b) el 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 estos datos.

También para cumplir la ley vigente disponemos de un protocolo de identificación de incidencias de seguridad que impide la destrucción, pérdida o alteración accidental o ilícita de datos personales.

En 2024 hemos continuado con las campañas de formación sobre seguridad, en las que prestamos especial atención a las acciones de debida diligencia que los empleados deben atender. Reforzamos estas prácticas pedagógicas con **comunicaciones de sensibilización** desarrolladas por el departamento de IT. Este mismo departamento ha seguido con las auditorías de diversos sistemas, como el de protección de datos, y con la implementación de un protocolo de actuación ante brechas de seguridad.

Fomento de la transparencia

La transparencia consiste en mostrar una imagen clara al exterior, por lo que esta labor debe comenzar con nuestros propios empleados. Todo profesional de PyD está obligado a comunicar internamente cualquier incumplimiento de nuestro Código Ético y de Conducta, así como de cualquier norma interna o ley vigente.

Para transmitir una alerta al respecto contamos con el **canal ético de denuncias** anónimas, que es público y que se incluye dentro del proceso de onboarding para las nuevas contrataciones. Activamos este canal de denuncias con motivo de la aprobación de la 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.

Todas las personas implicadas en un caso denunciado, que incluye tanto a la persona denunciante como a las investigadas, tienen garantizados sus derechos de protección de datos. Además, aseguramos la confidencialidad del denunciante y prohibimos cualquier represalia para su persona siempre que actúe de buena fe, si bien deberemos aplicar las acciones punitivas previstas en caso de incumplir la ley.

Este canal está externalizado a través de la solución *Integrity Line*, accesible desde nuestra web corporativa, y regulado por el procedimiento de gestión del canal ético. La gestión del canal depende de nuestro *compliance officer*, que recibe el caso en primer lugar y decide si amerita una investigación interna o si hay que implicar a las autoridades.

Además de canalizar las denuncias anónimas, el canal también está habilitado para recibir consultas sobre la interpretación de todas las normas internas y externas que definen el marco de nuestra actividad, entre las que se incluyen el Código Ético y de Conducta, los protocolos internos y la legislación nacional e internacional que nos afecta.

En 2024 se recibieron dos denuncias en el canal, que fueron debidamente contestadas y finalmente resueltas.



Responsabilidad fiscal

Nuestro compromiso con la sociedad y el entorno debe corresponderse necesariamente con una política fiscal responsable, articulada a partir de la transparencia, la simplicidad, el cumplimiento normativo y la optimización de los procesos internos y de los recursos financieros.

Como empresa, somos conscientes de que la responsabilidad fiscal es fundamental para la sostenibilidad y la reputación de una organización. Por ello, todas las empresas que forman parte del grupo abordan esta materia de manera proactiva y transparente y cumplen solemnemente con sus obligaciones fiscales. Además, mantienen abiertos los canales de comunicación con las autoridades fiscales y permanecen alerta ante los cambios normativos para implementarlos tan pronto se produzcan.

El departamento financiero es el responsable del cumplimiento normativo en materia fiscal. Se encarga de supervisar y garantizar que se sigan las políticas fiscales establecidas y de la relación con las autoridades fiscales.

Cumplimos nuestras obligaciones en todo el mundo

Tanto por impacto económico como por el número de entidades, la jurisdicción principal del grupo es España, si bien también existen obligaciones fiscales en las filiales de Estados Unidos y Portugal. Cuando es posible, consolidamos sobre la dominante todas las entidades que cumplen los requisitos para ello.

Todas las empresas del Grupo PyD cumplen con sus obligaciones fiscales en todas las jurisdicciones en las que operan, y facilitan una información clara y accesible. Entre la información proporcionada a las diferentes jurisdicciones fiscales se encuentran los siguientes datos:

- Identificación de las entidades que operan en cada jurisdicción.
- Descripción de las actividades comerciales que realiza cada entidad.
- Ingresos generados por ventas a clientes.
- Beneficios y pérdidas antes de impuestos.

Impuestos sobre beneficios pagados (euros)

	2023	2024
España	2.453.606,54	2.034.904,44
Portugal	141.459,86	191.514,54
Estados Unidos	45.603,61	4.736,69





4.3. Avanzamos en una gestión eficaz de riesgos

Anticiparnos a los riesgos es la mejor política a la que podemos aspirar, si bien también debemos contar con protocolos exhaustivos para cuando se produzcan los hechos adversos. Este es el doble objetivo de nuestra **Política de gestión integral de riesgos**, que protege tanto a la compañía como a los clientes y al medio ambiente.

Sus principios son:

- **Identificación de riesgos.** Realizamos análisis exhaustivos para identificar riesgos potenciales, tanto en la producción como en la distribución, relacionados con problemas de calidad de productos o riesgos ambientales.
- **Evaluación y priorización.** Identificados los riesgos, evaluamos su probabilidad y cuantificamos su impacto, de forma que podemos priorizar cuáles deben ser abordados antes.
- **Mitigación y control.** Desarrollamos y calendarizamos estrategias para mitigar los riesgos identificados, como controles de calidad, auditorías regulares y formaciones internas sobre prácticas sostenibles.
- **Monitoreo continuo.** Realizamos un seguimiento continuo de los riesgos y la efectividad de las estrategias implementadas para ajustarlas si es necesario.
- **Cumplimiento normativo.** Cumplimos las regulaciones locales e internacionales vigentes, especialmente las que abordan la seguridad de los productos y la sostenibilidad ambiental.

El equipo de dirección lidera la gestión de riesgos y se encarga de transmitir su importancia a todos los empleados para que se comprometan con su implementación, sigan los procedimientos establecidos y mantengan una comunicación entre departamentos abierta y dinámica.

Además, capacitamos a todos nuestros empleados sobre los riesgos asociados a sus funciones y cómo pueden prevenirlos y mitigarlos. A su vez, trabajamos junto con los proveedores para garantizar que también cumplen con los estándares de calidad y sostenibilidad, minimizando así los riesgos en la cadena de suministro.

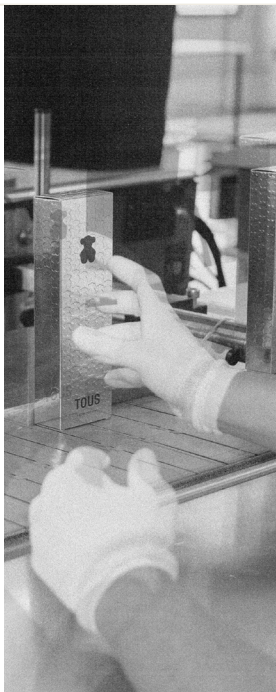
Catálogo de riesgos

En todas las operaciones de PyD –desde la producción hasta la distribución y la venta de productos– se pueden producir riesgos que afecten a la actividad de la compañía. Hemos clasificado estos riesgos en las siguientes categorías:

- **Operativos.** Problemas en la producción, en la calidad del producto o en la logística.
- **Financieros.** Fluctuaciones en los precios, falta de liquidez, desequilibrios en los tipos de cambio y problemas de inventario.
- **Regulatorios.** Cambios en las normativas y regulaciones.
- **De mercado.** Alteraciones en la demanda y actividad de la competencia.
- **Ambientales.** Impactos derivados del cambio climático y amenazas para la sostenibilidad.

Principales riesgos específicos

- **Riesgos de calidad del producto.** La contaminación, la caducidad o el incumplimiento de normativas de seguridad.
- **Riesgos de proveedores.** Dependencia de proveedores o problemas de los propios proveedores que terminen por afectar a nuestra cadena de suministro.
- **Riesgos regulatorios.** Cambios en las regulaciones locales e internacionales que pueden afectar a la producción, la distribución y la comercialización.
- **Riesgos de mercado.** Alteraciones en las tendencias del consumidor, una competencia creciente y fluctuaciones en la demanda que pueden influir en las ventas.
- **Riesgos financieros.** Alteraciones en el tipo de cambio, tasas de interés y problemas de liquidez que modifiquen la rentabilidad de la empresa.
- **Riesgos de reputación.** Problemas de imagen causados por prácticas no sostenibles, escándalos relacionados con productos o malas opiniones de los consumidores.
- **Riesgos logísticos.** Retrasos en el transporte, problemas de inventario y otros desafíos en la distribución y el almacenamiento de productos.





05

Personas: el motor del cambio

5.1. Nuestras personas

5.2. Impacto positivo en la sociedad

5.1. Nuestras personas

Una compañía es tan buena como lo es su talento, y por eso es primordial atraerlo, conservarlo y contribuir a su crecimiento. En PyD planteamos un **espacio de trabajo seguro y atractivo**. Seguro, porque apostamos por la igualdad de oportunidades, la diversidad, la inclusión y el respeto a las personas y a sus derechos. Y atractivo, porque somos una empresa líder y competitiva, que ofrece un empleo estable donde desarrollar una carrera de largo recorrido.

Fomentamos medidas de conciliación laboral y familiar, como permisos y celebraciones retribuidas o gratificaciones para matrimonio, nacimientos y adopciones de menores. También facilitamos planes de vigilancia de la salud y prevención de riesgos laborales. Además, desarrollamos programas de formación de largo recorrido.

Todas estas medidas articulan principios que se recogen en nuestro Código Ético y de Conducta, el marco de seguridad y respeto que define la gestión de personas en PyD. Además, contamos con el canal de denuncias, una fuente de consulta para resolver dudas sobre cumplimiento normativo, así como una vía anónima para señalar cualquier acto o sospecha de incumplimiento de las normas legales o internas.

El fruto de nuestra política de gestión de personas es un equipo cohesionado, ambicioso, seguro y que confía en sus compañeros para llevar a PyD a nuevos horizontes.

Políticas y procedimientos en la gestión de personas

- Código Ético y de Conducta.
- Conciliación entre vida personal y laboral.
- Retribución de permisos y celebraciones.
- Gratificaciones por matrimonio, nacimiento y adopción de menores.
- Vigilancia de la salud y prevención de riesgos laborales.
- Anticipos, beneficios sociales y retribución flexible.
- Planes formativos y específicos a la incorporación a la empresa (on boarding).
- Retribución variable según objetivos que incluyen metas de sostenibilidad.



Net Positive Impact Plan: avances y retos

Personas como motor de cambio

Dentro de esta línea estratégica, en el último año hemos completado el objetivo de vincular los objetivos de sostenibilidad a la retribución variable, tal y como se explica en el correspondiente apartado de este capítulo.

También seguimos avanzando en la consolidación de los principales KPI en gestión de personas en un cuadro de mando único, al tiempo que seguimos trabajando para mejorar la capacitación e implicación de los empleados en materia de sostenibilidad.



Perfil de nuestra plantilla

Plantilla total

	2023			2024		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Plantilla final	291	67	224	302	70	232
Plantilla promedio	281	63	218	382	90	292

Plantilla por nivel profesional

	2023			2024		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Órgano de administración	1	1	0	1	1	0
Dirección	16,38	7,33	9,5	15	7	8
Jefes de departamento	22	10	12	29	9	20
Fabricantes/ Producción	11	6	5	26	6	20
Comerciales	152,19	15,14	137,05	205	25	180
Almacén	15,27	12,27	3	23	19	4
Administrativos	63,11	11,23	51,88	83	23	60
Auxiliares	-	-	-	-	-	-

Plantilla por edad

	2023			2024		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Más de 50 años	105,07	25,10	79,97	123	28	95
Entre 30 y 50 años	141,63	34,2	107,43	192	44	148
Menores de 30 años	34,30	6,67	27,63	67	18	49

Plantilla por tipo
de contrato

		2023			2024		
Empleados promedio con contrato indefinido		Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
	Órgano de administración	1	1	0	1	1	0
	Dirección	16,83	7,33	9,5	15	7	8
	Jefes de departamento	22	10	12	28	8	20
	Fabricantes/ Producción	11	6	5	21	6	15
	Comerciales	120,32	12,9	107,42	125	11	114
	Almacén	14,27	11,27	3	20	16	4
	Administrativos	62,49	10,82	51,67	79	19	60
	Auxiliares	0	0	0	0	0	0
	Más de 50 años	91,35	24,1	67,25	101	24	77
	Entre 30 y 50 años	131,62	30,09	101,53	161	38	123
	Menos de 30 años	24,93	5,12	19,81	27	6	21

Plantilla por tipo
de contrato

		2023			2024		
Empleados promedio con contrato fijo discontinuo		Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
	Órgano de administración	0	0	0	0	0	0
	Dirección	0	0	0	0	0	0
	Jefes de departamento	0	0	0	0	0	0
	Fabricantes/ Producción	0	0	0	0	0	0
	Comerciales	29,79	2,16	27,63	46	6	40
	Almacén	0	0	0	0	0	0
	Administrativos	0	0	0	0	0	0
	Auxiliares	0	0	0	0	0	0
	Más de 50 años	8,73	0	8,73	10	0	10
	Entre 30 y 50 años	11,29	1,11	10,18	15	3	12
	Menos de 30 años	9,77	1,05	8,72	21	3	18

Plantilla por tipo
de contrato

		2023			2024		
Empleados promedio con contrato temporal	Órgano de administración	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
	Dirección	0	0	0	0	0	0
	Jefes de departamento	0	0	0	1	1	0
	Fabricantes/ Producción	0	0	0	1	0	1
	Comerciales	0,35	0,08	0,27	34	8	26
	Almacén	1	1	0	3	3	0
	Administrativos	0,62	0,41	0,21	2	2	0
	Auxiliares	0	0	0	0	0	0
	Más de 50 años	0,45	0	0,45	12	4	8
	Entre 30 y 50 años	1,03	1	0,03	12	0	12
	Menos de 30 años	0,5	0,5	0	17	10	7

Plantilla por tipo
de contrato

		2023			2024		
Empleados promedio a tiempo completo	Órgano de administración	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
	Dirección	16,83	7,33	9,5	15	7	8
	Jefes de departamento	22	10	12	29	9	20
	Fabricantes/ Producción	11	6	5	15	0	15
	Comerciales	57,46	11,9	45,56	75	12	63
	Almacén	15,27	12,27	3	23	19	4
	Administrativos	62,39	10,51	51,88	74	20	54
	Auxiliares	0	0	0	0	0	0
	Más de 50 años	46,68	14,38	32,3	66	24	42
	Entre 30 y 50 años	100,78	23,09	77,69	129	31	98
	Menos de 30 años	22,48	5,53	16,95	37	13	24



Plantilla por tipo de jornada

		2023			2024		
Empleados pro- medio a tiempo parcial		Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
	Órgano de administración	0	0	0	0	0	0
	Dirección	0	0	0	0	0	0
	Jefes de departamento	0	0	0	0	0	0
	Fabricantes/ Producción	0	0	0	5	0	5
	Comerciales	94,73	3,24	91,49	130	13	117
	Almacén	0	0	0	0	0	0
	Administrativos	0,72	0,72	0	9	3	6
	Auxiliares	0	0	0	0	0	0
	Más de 50 años	47,39	1,72	45,67	57	4	53
	Entre 30 y 50 años	35,35	1,11	34,24	53	3	50
	Menos de 30 años	12,71	1,13	11,58	34	9	25



Cuidamos de nuestro talento

Una retribución justa, igualitaria y flexible

Como no podía ser de otra forma, nuestro compromiso con la igualdad y la no discriminación permea también la distribución salarial. En PyD aplicamos el Convenio de Perfumerías y Afines, y nuestro personal recibe las remuneraciones y beneficios sociales y contractuales conforme a la norma y según su responsabilidad y experiencia¹.

Además, todas las personas pueden acogerse a nuestro **Plan de Retribución Flexible** con opción a seguro médico, tarjeta de transporte, formación ligada a su puesto de trabajo y guardería, además de la posibilidad de ampliar la ayuda en comida que la empresa remunera.

Dado que en PyD cultivamos las relaciones de confianza duraderas, somos conscientes de que a veces surgen imprevistos y situaciones complicadas. Por eso, ofrecemos a la posibilidad de solicitar adelantos dinerarios a través de la nómina a mediante una aplicación móvil.

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

Retribución variable por objetivos

Utilizamos nuestro **Sistema de Dirección por Objetivos** para monitorizar el cumplimiento de determinados objetivos globales e individuales que están vinculados a una retribución variable. En caso de lograrse dichos objetivos, las personas trabajadoras reciben el importe correspondiente al porcentaje aplicado por su superación.

Nuestra política retributiva variable está ligada a objetivos corporativos que se basan en: ventas totales, **EBITDA**, control de stock y metas relacionadas con la sostenibilidad, tal como establece nuestro *Net Positive Impact Plan*. De esta forma demostramos que generar un impacto positivo en la sociedad y el entorno también puede suponer un incentivo económico para nuestros equipos.

Brecha salarial

La igualdad salarial entre sexos en todos los puestos de la empresa es un compromiso para PyD. En 2024 la brecha salarial fue de 32,76%, una cifra que se explica por la preponderancia de mujeres en el equipo de comercial de venta directa (98%), cuya categoría de retribución es más limitada que la de otros segmentos.

Creemos juntos

PyD destaca por unos índices de rotación inferiores a la media del sector, tanto a nivel corporativo como en el equipo de ventas. En 2024, la tasa de rotación no deseada con fue del 1,69%. Nuestras personas trabajadoras apuestan por continuar en el equipo, y sus carreras profesionales crecen conforme avanza la compañía.

Desde el primer día

En PyD damos la bienvenida a las incorporaciones con un completo programa de onboarding para hacer más sencilla y acogedora su llegada a nuestro equipo. Presentamos las áreas principales de la empresa, los itinerarios de formación de cada una de ellas, la información práctica del día a día, etc.

Además, designamos a un tutor (o buddy), para que acompañe a la persona recién llegada en sus primeras semanas y resuelva sus dudas. Y pasado el tiempo, para comprobar que las expectativas se cumplen por ambas partes, realizamos una entrevista en el segundo trimestre de actividad tras la incorporación.



¹La retribución salarial desglosada por sexo, edad y clasificación profesional aparece en las Cuentas Anuales.

Diversidad e igualdad de oportunidades

En PyD creemos firmemente que la diversidad enriquece nuestra labor, y reafirmamos nuestro compromiso, honestidad y fidelidad con cada uno de nuestros socios, clientes, proveedores y colaboradores. Esta convicción es un reflejo de lo que somos: casi 300 profesionales de 18 nacionalidades diferentes, distribuidos entre nuestra sede en Madrid, nuestras dos filiales en Portugal y Miami, y un equipo de *area managers* repartidos por todo el mundo.

Nuestro Código Ético y de Conducta garantiza un entorno de trabajo de **tolerancia cero** a cualquier acto que pueda ser considerado acoso, abuso o discriminación. Además de señalar estos casos, este código establece cuáles son las medidas para denunciar estas situaciones, así como la forma de proceder para su investigación y, de ser necesaria, su sanción, manteniendo siempre el anonimato de todas las partes.

En PyD somos especialmente escrupulosos al vigilar y señalar cualquier discriminación por motivos religiosos, edad, etnia, orientación sexual o ideología política. En nuestros procesos de atracción de talento, estos temas quedan fuera de la entrevista, al igual que cualquier otra cuestión que pudiera considerarse discriminatoria.

Velamos por la igualdad de género

Para velar por el cumplimiento del **Plan de Igualdad** y responder a cualquier consulta sobre este principio básico de la compañía, contamos con el **Comité de Igualdad**, que reúne a representantes de la dirección y de otras áreas de la organización.

El Plan de Igualdad articula medidas e instrumentos que alcanzan a toda la organización y tienen por objetivos:

- Comunicar el compromiso de la dirección con la igualdad.
- Garantizar un proceso de atracción de talento sin discriminación por género, gracias a la formación del equipo de selección para que detecte y descarte 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.

Para conseguir la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, una de las mejores estrategias es favorecer la **conciliación de la vida familiar y laboral**. Para ello, todas las personas trabajadoras cuentan con planes, cronogramas de trabajo y horarios flexibles que permiten ajustar el tiempo de actividad, siempre que nazcan del consenso y se cumpla la jornada laboral.

Inclusión de las personas con discapacidad

En PyD contamos con medidas y políticas que favorecen la inclusión laboral de personas con discapacidad. Por ejemplo, adecuamos algunas de nuestras operaciones para que puedan realizarse de forma segura y eficiente por personas con discapacidades motoras o sensoriales.

Además, desde su creación en 1998, la **Fundación Arcoiris** desarrolla actividades encaminadas a favorecer la presencia de personas con discapacidades en el tejido industrial. Uno de los proyectos más longevos y exitosos de la Fundación es el Centro Especial de Empleo, inaugurado en el año 2000 y ampliado con una nueva planta en Alcalá de Henares en 2024, que cuenta actualmente con más de 100 profesionales.

También mantenemos nuestro **acuerdo de colaboración con Envera, la Asociación de Empleados de Iberia Padres de Personas con Discapacidad**, que fomenta la contratación de personas de colectivos vulnerables. En nuestro caso, contamos con tres personas con discapacidad en nuestro equipo.



El valor añadido de la experiencia

En un sector en el que prima la juventud por delante de criterios como la experiencia, en PyD aproximadamente la mitad de nuestro equipo de ventas supera la edad de los 50 años.

Como defensores de relaciones de confianza duraderas con nuestros clientes, no podíamos hacer algo distinto con nuestras personas trabajadoras. Por eso, cuando se acerca la edad de apartarse del mercado laboral, facilitamos el acceso a la jubilación parcial para quien lo solicite y realizamos los correspondientes contratos de relevo.

También contamos con **PyVeteranos**, un grupo formado por personas que ya no están activamente en PyD, a quienes mantenemos al tanto de la actualidad de la compañía y les hacemos partícipes. Este grupo se reúne habitualmente durante el año.

Salud y seguridad en el trabajo

En PyD tenemos la responsabilidad de mantener un **entorno de trabajo saludable y seguro** para nuestros equipos, que fomente su **bienestar físico, mental y emocional**. Para ello, ponemos en práctica las siguientes medidas:

- Planes de bienestar y vigilancia de la salud, con revisiones anuales.
- Seguimiento continuo de 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.

■ **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.

Parte fundamental de un entorno de trabajo seguro es la **prevención de riesgos laborales**. Además de cumplir lo establecido en la Ley 31/1995, del 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, contamos con medidas adicionales para identificar y corregir situaciones de riesgo antes de que puedan afectar a las personas trabajadoras.

Salud y seguridad en cifras

2023

2024

	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Nº de accidentes laborales	3	2	1	4	1	3

La tasa de accidentabilidad del año 2024 es de 0,01



Formación y desarrollo

Ya sea por los cambios normativos, las innovaciones tecnológicas o la propia competitividad del sector, en PyD sabemos que la permanencia en una actividad tan exigente como la nuestra pasa necesariamente por refrescar lo que ya sabíamos y aprender lo que no. La formación continua es imprescindible para una empresa líder como PyD.

Por todo ello, promovemos la formación de todos nuestros profesionales a través de programas específicos, que pueden ser presenciales, a distancia o en nuestra **plataforma de e-learning**, Good Habit. Estos programas, que cualquiera puede solicitar a su responsable, están financiados total o parcialmente por la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDÆ).

También asistimos a **jornadas especializadas en temas técnicos y administrativos** relacionados con nuestra actividad. Para ello contamos con la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA), la referencia del conocimiento en nuestro sector, que imparte sesiones formativas para diferentes colectivos.

Una de las novedades de 2024 fue la **realización de talleres formativos interactivos**, donde todas las personas podían reconocer sus puntos fuertes y capacidades tanto individuales como grupales. Gracias a esta formación desarrollamos la empatía con los demás y fortalecimos el espíritu de equipo.

Durante 2024 realizamos las siguientes actividades de formación:

- Coaching a responsables de equipo y directores.
- Comunicación.
- Innovación y packaging.
- Curso de logística marítimo y terrestre para el equipo internacional.
- Conversaciones de desarrollo para los responsables de equipo.
- Asistente de inteligencia artificial Copilot, de Microsoft.
- Coursera (plataforma de formación online).
- Curso técnico contable.
- Asistente de inteligencia artificial de Adobe.
- Primeros auxilios y desfibriladores.
- Seguridad de la información.
- Programa de desarrollo de directivos y alta dirección de empresas.
- Formación en idiomas.
- Sesiones técnicas de STANPA.



Aprender sobre cuidar el entorno

En 2024, en el marco del Net Positive Impact Plan, donde los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) tienen una presencia destacada, desarrollamos las siguientes actividades relacionadas con el cuidado de nuestro entorno natural y también laboral:

- Nos trasladamos al río Jarama para asistir a una sesión de sensibilización con la empresa **Belong To Sea sobre sostenibilidad**. Después, desarrollamos la recogida de un total de 1.250 kg de residuos que fueron separados para facilitar su reciclaje.
- Continuamos con la **formación continua teórica y práctica sobre reanimación cardiopulmonar (RCP)**, con el objetivo de conseguir un entorno laboral aún más seguro.

Hacia un plan de carrera

Para 2025 está previsto dar los primeros pasos de lo que será un futuro plan de carrera para todos los colectivos de PyD. Para ello, los responsables de cada equipo se reunirán con los directores de cada área para detectar las necesidades individuales y colectivas en materia de formación y desarrollo. Toda esta información será recogida por el departamento de People & Culture para crear un plan de formación personalizado y una hoja de ruta de desarrollo y desempeño que derive en un próximo plan de carrera.



Formación en cifras

Horas promedio de formación por nivel

	2023			2024		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Dirección	209	65	144	350	63	287
Jefes de departamento	198	91	107	236	100,5	135,5
Fabricantes/ Producción	242	200	42	138,8	34	104,8
Comerciales	1.481	157	1324	235	9	226
Almacén	488	415	73	71	59	12
Administrativos	2.047	137	1.910	1.180	217	963

Organización del trabajo y relaciones laborales

Todos los empleados en España y en el conjunto del grupo se encuentran bajo el convenio colectivo. Nuestras políticas de organización laboral incluyen las siguientes medidas:

- Registro del inicio y del 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 las comidas, que deben incluirse en una hora dentro del intervalo 14:00-15:30.
- Margen de una hora para la entrada y salida de lunes a jueves.
- Flexibilidad para la entrada y salida durante el horario intensivo de los viernes.
- Turno de mañana para el personal de almacén.
- 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.
- Posibilidad de ajustar los horarios en periodos vacacionales y fiestas nacionales y regionales.
- Tres días de vacaciones adicionales por año.
- Permisos retribuidos de paternidad y maternidad que los interesados pueden elegir cómo y cuándo utilizar.
- Acceso a programas de formación ligada al puesto de trabajo en retribución flexible.
- Formaciones incluidas dentro de la jornada laboral o como parte del cómputo anual de 1.720 horas.

Conciliación para las consejeras de belleza

Buen ejemplo de nuestro compromiso con 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.

En 2024 ampliamos el equipo de consejeras para cubrir más puntos de venta y reducir sus desplazamientos.

Desconexión digital

La desconexión digital es un derecho 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 corporativo.

Nuestros equipos cumplen los horarios, y solo excepcionalmente prolongan sus jornadas más allá de lo estipulado.



Absentismo laboral

En PyD consideramos el absentismo laboral como injustificado cuando la persona trabajadora falta total o parcialmente a su jornada laboral sin explicación o justificante válido. En caso de presentar un informe médico, una citación, un permiso de luto u otro documento justificativo, 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.

Horas de absentismo (nº)⁶

	2023			2024		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
	20.497,90	2.337,17	18.160,73	1.860,00	489,00	1.371,00

⁶La diferencia en la cifra de absentismo viene condicionada por el cambio en el criterio, en 2023 se incluyeron en el cálculo todas las bajas de 8 por enfermedad y este año consideramos que este dato no debería ir incluido.

5.2. Impacto positivo en la sociedad

Como empresa líder y de referencia en el sector, tenemos la responsabilidad de generar un impacto positivo en los entornos y las sociedades donde operamos.

Las actividades de acción social que realizamos se centran en cuatro núcleos:

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

Fundación Arcoíris

La familia Trolez creó en 1998 la Fundación Arcoíris, una sociedad sin ánimo de lucro para fomentar la integración laboral de las personas con discapacidades, a partir de la oferta de oportunidades laborales adaptadas y remuneradas.

En el año 2000 la Fundación inauguró su Centro Especial de Empleo (CEE), unas instalaciones de más de 2.800 m² para el almacenamiento y la manipulación de productos del sector de perfumería y cosmética.

En este CEE se acondicionan y montan cofres y estuches, se ensamblan piezas y se realizan los celofanados, etiquetados y retractilados necesarios para la distribución y el almacenamiento de los productos. Todo ello bajo estrictos controles de calidad.

La plantilla de este centro en 2024 fue de 100 personas, de las que el 92% tenía algún tipo de discapacidad.

A finales de 2024 se mudaron a unas **nuevas instalaciones ubicadas en Alcalá de Henares**, con más de 6.000 m² destinados a ampliar las actividades del CEE en uso. Con esta ampliación, la Fundación generará aún más oportunidades laborales reales, lo que servirá para consolidar un modelo de inclusión que ya ha demostrado ser un éxito.



Contribución social

Parte de la generación de impacto positivo que realizamos en PyD se dirige a los colectivos vulnerables o con necesidades especiales. Una labor que realizamos colaborando con entidades sin ánimo de lucro e instituciones reconocidas.

Como venimos haciendo desde el año 2022, en 2024 **donamos la recaudación de nuestras máquinas de café a diversas fundaciones**. En este caso, destinamos los 6.467,35 euros recaudados a las siguientes:

- **Fundación Vencer al Cáncer**, que está impulsada por científicos y centrada en la investigación del cáncer.
- **Fundación Vicente Ferrer**, de largo recorrido en su compromiso con la infancia y las familias vulnerables en países como India o Nepal, y que más recientemente destinó parte de sus esfuerzos a ayudar a las personas afectadas por la dana de Valencia.
- **Fundación APSURIA**, una organización sin ánimo de lucro comprometida con la atención y la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidades severas.

Nuestras alianzas

Como empresa familiar, PyD forma parte de la **Asociación de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM)**, una entidad sin ánimo de lucro creada en 2003 para apoyar, defender e impulsar las empresas familiares de la Comunidad de Madrid. Esta entidad se ha convertido en un lugar de encuentro para las familias empresarias madrileñas, un foro donde compartir casos de éxito y experiencias.

PyD también forma parte, desde 2021, de la **Fundación CREI000DO**, una plataforma para inspirar e impulsar a empresas del *middle market* de nuestro país a ser más competitivas y eficientes para fortalecer su expansión hacia los mercados internacionales.

Además, nuestro presidente, Pedro Trolez Martínez, es miembro del **Círculo de Empresarios**. Esta institución tiene por objetivos la promoción del libre mercado y la libre empresa, el reconocimiento del valor social del empresario como creador de empleo, riqueza y bienestar general y el fomento del espíritu emprendedor. Además de funcionar como centro de pensamiento y de debate sobre estos temas, el Círculo también publica regularmente informes y estudios sobre asuntos cruciales para nuestra economía.

PyD forma parte de la **Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (STANPA)**. La asociación cuenta en la actualidad con más de 300 entidades que fabrican y distribuyen perfumes, cosméticos y productos de cuidado personal en España. Las empresas asociadas representan a más del 90% del sector. Además, formamos parte de la asociación para la innovación **Feeling Innovation by Stanpa** que busca promover e impulsar la innovación en el sector de la perfumería y cosmética acelerando su transformación verde y digital.



06

Planeta: cuidar el presente para asegurar el futuro

- 6.1. Productos con impacto positivo
- 6.2. Operaciones con impacto positivo

6.1. Productos con impacto positivo

Como fabricantes, en PyD sabemos que, desde el momento inicial de diseño hasta la producción, todas las fases tienen un peso decisivo en el impacto final de la actividad. Por eso, aplicamos enfoques preventivos desde el primer momento: prevenimos posibles riesgos con el objetivo de reducir las posibilidades de que sucedan. En nuestro caso, este principio de precaución tiene en cuenta las materias primas de nuestras fragancias, sus ingredientes y los componentes de los envases.

Para fabricar nuestros productos utilizamos componentes renovables y biodegradables, así como envases mono-materiales que facilitan su reciclaje. Para el *packaging* usamos formatos de menor impacto, en línea con las prácticas del sector y con nuestro *Net Positive Impact Plan*.

Con el objetivo de garantizar altos niveles de eficiencia y protección del entorno, partimos del ecodiseño, y aplicamos procesos y técnicas como los siguientes:

- **Upcycling:** proceso de reutilización por el que materiales o productos desechados se transforman en nuevos recursos.
- **Green chemistry:** diseño de productos y procesos químicos que reducen o eliminan el uso y generación de sustancias peligrosas.
- **Responsible sourcing:** aprovisionamiento responsable de materias primas.

Por otro lado, para cubrir los riesgos asociados a nuestra actividad, contamos con seguros de responsabilidad civil, daños, transportes, D&O¹, ciberseguridad y accidentes, entre otros. Además de nuestras medidas internas, también 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.

PyD forma parte de importantes alianzas, como el Consorcio EcoBeauty Score, la iniciativa que agrupa a 60 stakeholders de la industria cosmética con el objetivo de ofrecer información completa para que los clientes tomen decisiones de compra conscientes y sostenibles.



¹ Seguro de responsabilidad civil para directores y administradores.



Net Positive Impact Plan: avances y retos

Productos con impacto positivo

Generación del estándar de calificación para los productos de PyD

En colaboración con nuestros *stakeholders* y varias casas perfumistas, en 2024 implementamos medidas para cumplir con los más altos estándares de sostenibilidad tanto en los ingredientes de nuestros perfumes como en sus envases. Una de estas medidas fue la aplicación de la **herramienta Green Motion™**, desarrollada por Mane*, para la evaluación ambiental de ingredientes y fórmulas a partir de los 12 principios de la química verde. En concreto, pusimos el foco en siete conceptos: materias primas, proceso de obtención, solventes, reacción, peligrosidad y toxicidad, impacto del producto acabado y residuos.

También visitamos la planta que Camacho Recycling tiene en Caudete, Albacete, donde analizamos pormenorizadamente el proceso de reciclado de los frascos. Nuestro objetivo era obtener información sobre este proceso con el fin de desarrollar una escala de sostenibilidad para nuestros propios frascos a partir de variables como el color, la decoración, la opacidad, la posibilidad de reutilización o el porcentaje de vidrio reciclado. Del mismo modo, formamos un grupo de trabajo con sus vidrieros para diseñar frascos que optimicen los materiales sin comprometer su resistencia ni su funcionalidad.

Avanzamos hacia la circularidad de los productos

Siguiendo en el marco del *Net Positive Impact Plan*, continuamos progresando en la apuesta por el **uso de materiales reciclados, la revalorización de residuos y la segunda vida del producto**. Así, en 2024 hemos trabajado para incrementar la utilización de material reciclado posconsumo (PCR, por sus siglas en inglés) en nuestros productos —principalmente en vidrio y plástico— con el desarrollo de componentes que tienen un mayor porcentaje de este tipo de materiales, y así contribuir a un consumo responsable de los recursos naturales.



* Mane es uno de los líderes mundiales de la industria de fragancias y aromas.

En cuanto a la recogida de información sobre materiales, ampliamos el número de categorías y también el de proveedores auditados, que han pasado del 18% al 42% del total. Estos proveedores suponen el 65% del importe global de compras de componentes y materias primas que realizamos en PyD.

Número de proveedores

	Total	Analizados	%
Total proveedores materias primas	106	45	42,45%
Análisis por categoría			
Vidrio	12	8	66,67%
Aluminio	8	6	75,00%
Cartonaje	8	5	62,50%
Embalaje	3	3	100,00%
Envase plástico	2	2	100,00%
Etiquetas	6	4	66,67%
Flocado	1	1	100,00%
Fundas	2	2	100,00%
Interiores	4	4	100,00%
Plástico	3	2	66,67%
Sachet	3	3	100,00%
Sleeve	1	1	100,00%
Bombas	4	4	100,00%

Establecemos objetivos para avanzar hacia el producto *Net Positive*-lujo sostenible

Con la determinación que impregna el *Net Positive Impact Plan*, continuamos dando pasos para generar una *blacklist* interna para componentes de nuestros productos. En este sentido, contamos con nuevos proyectos para desarrollar fragancias veganas, así como nuevos lanzamientos con, al menos, tres componentes de origen *upcycling*.

6.2. Operaciones con impacto positivo

Obtenemos las materias primas de nuestros perfumes de la naturaleza, por lo que nuestra actividad está intrínsecamente unida a su conservación. Limitar nuestro impacto en el entorno es una cuestión de principios y compromiso, también de negocio.

Como empresa manufacturera que somos, debemos ser especialmente exigentes en la vigilancia y la reducción de nuestra huella de carbono.

Contamos para ello con protocolos que ponen la lupa en nuestras instalaciones y en nuestros procesos, y analizan categorías como el uso de energía, la eficiencia de las fases de producción o la gestión de los residuos.

Además de nuestras medidas internas, colaboramos con organismos independientes para que evalúen y certifiquen nuestros compromisos y resultados, así como nuestro grado de cumplimiento de la legislación medioambiental vigente.



Net Positive Impact Plan: avances y retos

Operaciones con impacto positivo

Dentro de la línea de trabajo orientada a mejorar la **eficiencia en las operaciones**, se ha acordado verbalmente reducir los desplazamientos de mercancías y componentes, y se está desarrollando un procedimiento para ello. También hemos comenzado a solicitar a nuestros proveedores información sobre el consumo total y el porcentaje reciclado de plástico, cartón y vidrio con la vista puesta en establecer objetivos de reducción a medio y largo plazo de consumo de estos materiales.

En cuanto a la línea de **huella de carbono**, tal y como se detalla en el apartado correspondiente de este capítulo, estamos recopilando la información necesaria para la verificación de la huella, y se ha iniciado el proceso de medición de las emisiones de alcance 3.

Reforzamos nuestra medición de emisiones

En PyD mantenemos un fuerte compromiso con la descarbonización y con el cálculo de nuestra huella de carbono. Además de contar con unos objetivos ambiciosos para reducir las emisiones en los alcances 1 y 2, siguiendo el *Net Positive Impact Plan*, en 2024 **hemos incorporado la medición de algunas categorías de alcance 3 a los anteriores**.

Para ello hemos seguido la metodología estándar del GHG Protocol. En relación con el alcance 1 y 2, 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).

Las **nuevas categorías de alcance 3** en esta medición se corresponden a las actividades de:

- Logística y transporte
- Viajes de negocio de PyD
- Desplazamientos de los empleados al puesto de trabajo



Emissiones (tCO ₂ e)	2022	2023	2024
Emisiones directas - Alcance 1 *	175,79	188,36	142,82
Emisiones indirectas - Alcance 2 **	79,56	77,13	81,85
Emisiones indirectas - Alcance 3	-	-	-
Total	255,35	265,49	1.328,54

* 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.

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

Categorías de emisiones de alcance 3	Total (tCO ₂ e)
Categoría 4. Transporte y distribución aguas arriba	446,59
Categoría 6. Desplazamientos corporativos	296,15
Categoría 7. Desplazamiento <i>in itinere</i>	361,13
Total	1.103,87

Está previsto que el 2024 sea el año base para estas tres categorías y que PyD pueda establecer los compromisos de reducción a partir de los datos que se obtengan en el 2025.

- Categoría 4.** Los datos de actividad de transporte se corresponde a 4 agencias con alcance de operaciones nacional e internacional. Estas cubren el 90% de las operaciones de PyD. La metodología para este cálculo está basada en el cálculo de huella con emisiones directas e indirecta al punto de venta. Cada compañía ha realizado el cálculo siguiendo la norma GHG Protocol.
- Categoría 6.** Contiene la huella asociada a los viajes de negocio en avión, tren, rent a car y hotel. Se han utilizado los factores de emisión de DEFRA 2023.
- Categoría 7.** Considerados 287 trabajadores durante el 2024, se ha realizado una encuesta de movilidad con más del 50% de respuestas. Esta ha permitido calcular las distancias anuales de viajes en autobús, metro, tren, moto, coche diesel, gasolina, híbrido, eléctrico y LPG. Se han utilizado los factores de emisión de DEFRA 2023 y MITECO (EMT, Metro y Renfe).

Asimismo, apostamos por iniciativas como la monitorización de las emisiones producidas por nuestra flota de vehículos de empresa. A través de la Inspección Técnica de Vehículo (ITV)*, nos aseguramos de que todos ellos cumplen con la normativa respecto a sus emisiones de CO₂. También avanzamos en la mejora de la eficiencia de las operaciones de almacenaje y distribución, y en la compra o instalación de energía verde en la oficina.

Certificaciones en toda nuestra red

Uno de nuestros planes más ambiciosos es centralizar y homologar las certificaciones de nuestros centros de producción y almacenes en materia de emisiones de gases de efecto invernadero. Nuestro objetivo es cuantificar el impacto de estas emisiones y actuar para adecuarlas a los estándares internacionales.



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

Eficiencia energética

Un año más, seguimos fieles a nuestro compromiso de conseguir una infraestructura 100% sostenible. Una de nuestras medidas para conseguirlo fue la instalación, en 2022, de un sistema de energía fotovoltaica que en 2024 generó 92.312 kWh de energía eléctrica.

Además, mantenemos nuestras medidas para reducir el consumo de energía y optimizar su uso:

- Uso de tecnologías LED en lugar de lámparas convencionales.
- Sistemas de regulación y control de luminiscencia para detectar el nivel de luz en zonas con luz natural.
- Seguimientos y evaluaciones de funcionamiento adecuado de los equipos y de la gestión de las instalaciones de climatización, ventilación y recuperación de calor.
- Mejora continua de las instalaciones para reducir fallos y evitar averías.
- Monitorización de la correcta facturación mensual de cada punto de suministro gracias a un sistema de supervisión y control del consumo de energía.



Consumo de energía eléctrica (kWh)

	2022	2023	2024*
España	297.165	258.711	258.711
Portugal	22.395	25.311	22.075
Total	319.560	284.022	280.786

*Se ha utilizado el mismo dato del año 2023 para el 2024.

Gestión de residuos

Una de nuestras prioridades es vigilar y reducir la generación de residuos derivados de la fabricación, así como potenciar la investigación de materiales que puedan integrarse en la economía circular y ser reutilizables.

Clasificamos los residuos en **dos grandes grupos**:

Residuos de clase I

Papel, cartón, vidrio, plástico, residuos orgánicos, baterías, pilas, toners y aparatos eléctricos. Los separamos y clasificamos internamente en los contenedores adecuados, conforme a las ordenanzas municipales, para que sean gestionados por los servicios municipales de limpieza.

Residuos de clase IIIB

Residuos químicos, envases de aerosoles, bidones y contenedores de químicos y reactivos, alcoholes o fragancias, entre otros. Son retirados por empresas certificadas.

Uso sostenible de los recursos

El agua es imprescindible en nuestra actividad, e interviene de diversas formas en varios procesos. Además de en la producción de los perfumes, el agua está presente en tareas operativas de almacén. En estos casos utilizamos aguas no potables recogidas de fosos profundos.

Cuando alcanzan el estado de aguas residuales, una empresa especializada las recoge y las trata para que puedan llegar al sistema público de drenajes y aguas negras.

Entre las **medidas para vigilar y controlar el uso y gasto del agua** destacamos:

- Campañas internas de sensibilización sobre el uso eficiente del agua.
- Uso de sistemas para detectar rápidamente fugas y fallas ocultas.
- Dispositivos limitadores de descarga de agua como fluxómetros de doble pulsación o lavamanos con flujo de agua interrumpible.

Consumo de materiales (kg)

2023
2024

Cartón	567.555,02	363.841,01
Del cual valorizado	350.364,66	167.869,88
Plástico	166.272,76	333.165,26
Del cual valorizado	28.590,36	29.937,93
Vidrio	719.674,73	365.493,03
Del cual valorizado	99.513,96	49.544,17

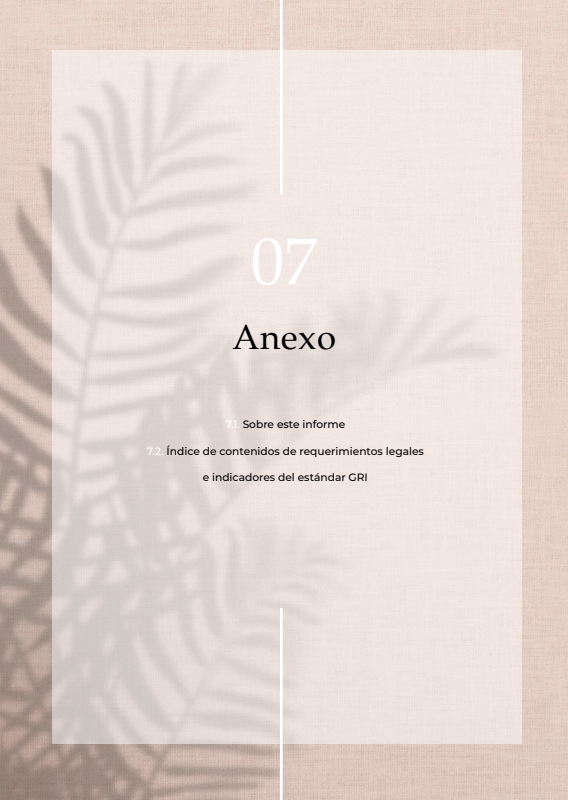
Consumo de agua (m³/año)

2023
2024

Superficiales	-	-
Subterráneas	213,21	-
Pluviales	-	-
Red pública	300	2.166,37
Total	513,21	2.166,37

Protección de la biodiversidad

El impacto de nuestra actividad en la biodiversidad es un tema capital para PyD, por lo que contamos con estrictos controles y protocolos destinados a evaluar y reducir nuestra huella en la naturaleza.



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, de 28 de diciembre de 2018 (España) 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 de marzo de 2025, 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 2024 hace referencia al periodo comprendido entre el 1 de enero de 2024 y el 31 de diciembre de 2024. Este informe ha sido preparado de acuerdo con las siguientes recomendaciones, regulaciones y estándares:

- Ley 11/2018, de 28 de diciembre (España), por la que se modifica el Código de Comercio, 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.





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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
INFORMACIÓN GENERAL			
Una breve descripción del modelo de negocio que incluye su entorno empresarial, su organización y estructura.	1.3. Nuestra esencia 1.4. Lo que nos hace ser quiénes somos: Valores PyD 1.5. El año en hitos 2.1. Un momento de retos y oportunidades 5.1. Nuestras personas	GRI 2-6 GRI 2-7	6-9-10-13-47
Mercados en los que opera.	1.3. Nuestra esencia 2.1. Un momento de retos y oportunidades (párrafo) 3.3. Una cadena de valor eficiente y responsable	GRI 2-1 GRI 2-6	6-13-30
Objetivos y estrategias de la organización.	2.4. Así creamos impacto positivo	GRI 2-22	19
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	2.1. Un momento de retos y oportunidades	GRI 2-22	13
Marco de reporting utilizado.	7. Anexo	GRI 1	71
Principio de materialidad.	2.3. Análisis de asuntos relevantes: profundizamos en nuestra generación de valor	GRI 3-1 GRI 3-2	16

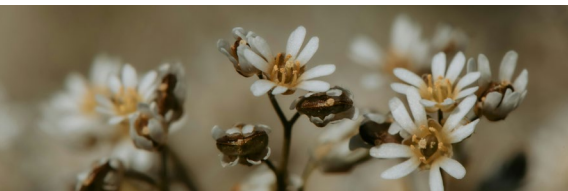


Índice de los contenidos requeridos por la Ley 11/2018

Información solicitada por la Ley 11/2018	Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
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	GRI 3-3	63-66
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	GRI 3-3	66
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental.	6.2. Operaciones con impacto positivo	GRI 3-3	66
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	4.3. Avanzamos en una gestión eficaz de riesgos	GRI 3-3	44
Aplicación del principio de precaución.	4.3. Avanzamos en una gestión eficaz de riesgos	GRI 2-23 GRI 3-3	44
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	4.3. Avanzamos en una gestión eficaz de riesgos	GRI 3-3	44

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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
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 luminica.	6.2. Operaciones con impacto positivo	GRI 3-3	66
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	GRI 3-3 GRI 306-2	66
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	No aplica	No aplica	-
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.	4.3. Avanzamos en una gestión eficaz de riesgos	GRI 3-3	44





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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
Uso sostenible de los recursos			
Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.	6.2. Operaciones con impacto positivo	GRI 303-5 (2018)	66
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.	6.2. Operaciones con impacto positivo	GRI 3-3	66
Consumo, directo e indirecto, de energía.	6.2. Operaciones con impacto positivo	GRI 302-1	66
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética.	6.2. Operaciones con impacto positivo	GRI 3-3	66
Uso de energías renovables.	6.2. Operaciones con impacto positivo	GRI 302-1	66
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	GRI 305-1 GRI 305-2	66
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.	6.2. Operaciones con impacto positivo	GRI 3-3	66
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	GRI 305-5	66



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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
Protección de la biodiversidad			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.	6.2. Operaciones con impacto positivo	-	66
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	6.1. Productos con impacto positivo 6.2. Operaciones con impacto positivo	-	63-66
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	GRI 3-3	47
Empleo			
Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional.	5.1. Nuestras personas Falta clasificación por país	GRI 2-7 GRI 405-1	47
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	GRI 2-7	47
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3	47



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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
Empleo			
Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3	47
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3 GRI 405-2	47
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	GRI 3-3	47
Implantación de políticas de desconexión laboral.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3	47
Número de empleados con discapacidad.	5.1. Nuestras personas	GRI 405-1	47





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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
Organización del trabajo			
Organización del tiempo de trabajo.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3	47
Número de horas de absentismo.	5.1. Nuestras personas	GRI 403-9 (2018)	47
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	GRI 3-3	47
Salud y seguridad			
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3 GRI 403-1 (2018) GRI 403-2 (2018)	47
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales, desagregado por sexo.	5.1. Nuestras personas No se dispone del dato de frecuencia y tasas de accidentabilidad	GRI 403-9 (2018) GRI 403-10 (2018)	47
Relaciones sociales			
Organización del diálogo social incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.	5.1. Nuestras personas	GRI 2-25 GRI 3-3	47
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	5.1. Nuestras personas	GRI 2-30	47
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	5.1. Nuestras personas	GRI 403-4 (2018)	47



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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
Formación			
Políticas implementadas en el campo de la formación.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3 GRI 404-2	47
Cantidad total de horas de formación por categoría profesional.	5.1. Nuestras personas	GRI 404-1	47
Accesibilidad universal			
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3	47
Igualdad			
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3	47
Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3	47
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	5.1. Nuestras personas	GRI 3-3	47



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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
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. Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento	GRI 3-3	39
Aplicación de procedimientos de diligencia debida			
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de Derechos Humanos 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. Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento	GRI 2-23 GRI 2-26 GRI 412-1 GRI 412-2	39
Denuncias por casos de vulneración de Derechos Humanos.	4.2. Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento	GRI 3-3 GRI 406-1	39
Medidas 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 discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil.	3.3. Una cadena de valor eficiente y responsable	GRI 3-3	30



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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
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. Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento	GRI 3-3	39
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	4.2. Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento	GRI 2-23 GRI 2-26 GRI 205-2 GRI 205-3 GRI 2-24 GRI 3-3	39
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	4.2. Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento	GRI 2-23 GRI 2-27 GRI 205-2 GRI 205-3	39
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	5.2. Impacto positivo en la sociedad	GRI 2-28	60
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	GRI 3-3	60



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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
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	GRI 3-3	60
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	3.3. Una cadena de valor eficiente y responsable	GRI 413-1	30
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	2.2. Relación con los grupos de interés: avanzamos juntos en la misma dirección 5.2. Impacto positivo en la sociedad	GRI 2-29 GRI 413-1	15-60
Las acciones de asociación o patrocinio.	5.2. Impacto positivo en la sociedad	GRI 3-3 GRI 201-1	60
Subcontratación y proveedores			
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.	3.3. Una cadena de valor eficiente y responsable	GRI 3-3	30
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	3.3. Una cadena de valor eficiente y responsable	GRI 2-6	30
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	3.3. Una cadena de valor eficiente y responsable	GRI 2-6	30



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	Criterio de reporting: referencia a GRI 2021	Pág.
Consumidores			
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	3.2. Compromiso por encima de las expectativas	GRI 3-3 GRI 416-1 GRI 416-2 GRI 417-1	27
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	3.2. Compromiso por encima de las expectativas	GRI 2-26 GRI 3-3 GRI 416-2 GRI 418-1	27
Información fiscal			
Los beneficios obtenidos país por país.	1.6. Cifras clave de 2024	GRI 3-3 GRI 207-4 (2019)	11
Los impuestos sobre beneficios pagados.	4.2. Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento	GRI 3-3	39
Las subvenciones públicas recibidas.	4.2. Un compromiso integral con la ética y el cumplimiento	GRI 201-4	39



MEMORIA DE
SOSTENIBILIDAD
2024