



## 03 Un modelo de negocio sólido y de confianza

---

- 3.1. Nuestras marcas nos representan \_\_\_\_\_ 23
- 3.2. La excelencia como valor reconocible \_\_\_\_\_ 26
- 3.3. Una cadena de valor tan exigente como eficiente \_\_\_\_\_ 29

# 3.1 Nuestras marcas nos representan

## MARCAS PROPIAS

**TOUS**

  
**SCALPERS**

**HALLÖWEEN**



**EL GANSO**

**Nightology**  
THE PARFUMS CONSTELLATIONS

## MARCAS DISTRIBUIDAS

**GOUTAL**  
PARIS

**DSQUARED<sup>2</sup>** \*

  
**ATKINSONS** \*  
LONDON 1799



**VERSACE** \*

**Juliette**  
**has a gun**  
PARFUMS

**MOSCHINO** \*

  
**MICHAEL KORS** \*

  
**BRUNELLO CUCINELLI** \*

\*En España y Andorra como agente.

## Nuestros perfumes, cómplices de nuestros clientes

### HALLOWEEN Perfumes

En 1997 HALLOWEEN EDT llegó al mundo de la perfumería selectiva con una voz propia. Su frasco en forma de ánfora y color malva se transformó en algo más grande: hoy es un icono intergeneracional que conquista a mujeres y hombres de los cinco continentes.

Casi 30 años después de su nacimiento, HALLOWEEN Perfumes continúa ofreciendo unas propuestas olfativas que son una invitación a abrazar nuestra luz interior y compartirla con el mundo.

### EL GANSO Perfumes

En 2017 volvimos a apostar por la experimentación, al tratar de convertir una marca tan reconocible como EL GANSO en una fragancia. ¿Seríamos capaces de trasladar el colorido y la frescura de sus prendas de moda a un sentido tan particular como el olfato? Sin duda.

Cinco años después, EL GANSO Perfumes se ha ganado un puesto por derecho propio entre los consumidores e incluye fragancias masculinas, femeninas y para toda la familia.

### NIGHTOLOGY Parfums

Nightology nació en 2021 como un destilado de la forma en que Jesús del Pozo veía el mundo. El misterio y la sensualidad convertidas en fragancias como Arabian Nights o The Nights Collection.

Hoy hablamos de una familia de *eau de parfums* que nace de la combinación de materias primas genuinas, evocadoras y memorables. Con una calidad exquisita que despierta nuestros sentidos y nos ayuda a percibir el verdadero origen de la belleza.

### TOUS Perfumes

Fue en el año 2000 cuando creamos TOUS Perfumes y asumimos uno de los mayores desafíos de nuestra historia: brindar experiencias olfativas únicas para mujeres, hombres, niños, niñas y bebés.

El éxito de los perfumes TOUS constata que audacia y negocio pueden ir de la mano, y que el buen gusto puede convertirse en un éxito comercial.

### SCALPERS Perfumes

En el año 2019 firmamos con SCALPERS una licencia para la producción y distribución global de sus fragancias. De nuevo, el reto era complicado, porque queríamos que SCALPERS Perfumes evocara el mismo ADN que define a la firma de moda: estilo, elegancia y exclusividad.

Nuestro primer acercamiento a la marca fue la fragancia masculina SCALPERS The Club, hoy una seña de identidad, que resultó la antesala de la línea completa de fragancias para mujer y niños.

## Marcas distribuidas España

### GOUTAL Paris

Icono de la sofisticación desde 1981, esta casa de alta perfumería sigue cautivando a generaciones de consumidores que buscan fragancias memorables que capturan instantes vividos. La naturaleza intimista y el espíritu eterno de sus fragancias se mantiene inalterable después de casi 50 años.

### Juliette has a gun

Nieto de la diseñadora Nina Ricci y familiar del perfumista Robert Ricci, Romano Ricci fundó esta firma en 2006. Dos décadas más tarde, la marca es una referencia para las mujeres que ven el perfume como un arma de expresión personal.

### EuroItalia

Creada en 1978, EuroItalia puede presumir de un catálogo de marcas de lujo tan conocidas como Moschino, Michael Kors o Versace<sup>3</sup>. Esta compañía, de corazón italiano y presencia mundial, es la colaboración más reciente de PyD, vigente desde 2025.

<sup>3</sup> PyD es agente de venta de estas marcas en España y Andorra.

## 3.2 La excelencia como valor reconocible

En PyD trabajamos dentro de un marco de seguridad que no admite excepciones. La ley nos marca el camino, pero es nuestra exigencia la que nos hace ir más allá y dotarnos de herramientas que garantizan que operamos según los más altos estándares en calidad y seguridad en todos los procesos.

Nuestros productos están sometidos a estudios de control microbiológico estandarizados, estrictos protocolos y normas de calidad. El reglamento Reglamento (CE) n.º 1223/2009 sobre los productos cosméticos, el más exigente del sector, establece el marco para garantizar que estos productos sean seguros, de calidad y eficaces en su cometido.

Además de aplicar el reglamento europeo más allá de las fronteras comunitarias, nuestros centros de producción y distribución cuentan con las certificaciones exigidas y cumplen todas las garantías para fabricar perfumes y cosméticos:

- 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 2025 **redactamos y pusimos en marcha dos protocolos**, uno para producto y otro para clientes. El primero fue el nuevo procedimiento de controles de calidad para producto terminado y semiterminado, que ya está en funcionamiento. El segundo fue el protocolo para la gestión de las reclamaciones de los clientes, que igualmente activamos durante el último año.

De cara a 2026, afrontaremos la actualización de la guía de vida útil de nuestros productos y también el documento sobre su flujo de trazabilidad.

Mención aparte merece nuestra política de calidad preventiva. A lo largo de 2026 abriremos planes de trabajo para publicar los estándares de calidad de componentes que rigen las compras de PyD, para compartirlos con nuestros proveedores y trabajar por la calidad total desde el origen del producto. De esta forma, podremos minimizar ineficiencias, desperdicios y rechazos en nuestra cadena de suministro.



## Los procedimientos que avalan nuestra seguridad y calidad

### — Procedimiento de evaluación para la retirada de producto del mercado

Define 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. El sistema también da la voz de alarma ante situaciones de incumplimiento de registros que puedan implicar la retirada del mercado de los productos afectados.

### — Procedimiento de control interno de normativas

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

### — Procedimiento de control de comunicaciones

Define las bases para las comunicaciones en toda la organización de PyD, tanto internas como externas. A nivel interno, este procedimiento busca coordinar la comunicación entre departamentos y que esta sea eficaz y ágil. En cuanto a la comunicación externa, el objetivo es regular los canales relacionados con la información, en ambos sentidos: tanto las peticiones de información hacia PyD como las respuestas de la compañía dirigidas a los consumidores.

### — Procedimiento de cosmetovigilancia

Define un sistema de alerta para gestionar, rápida y eficientemente, los casos de efectos adversos graves de algún producto. Incluye la cosmetovigilancia, que es la actividad destinada a recoger, evaluar y monitorizar la información sobre los efectos no deseados derivados del uso normal o razonablemente previsible de los productos cosméticos. La información sobre los efectos no deseados o graves se incluye en el expediente de evaluación de seguridad de cada producto.

Gracias a la cosmetovigilancia podemos conocer la naturaleza y frecuencia de los efectos adversos, lo que nos permite tomar las medidas necesarias para prevenir su aparición, reducir su incidencia y proteger la salud pública.

### — Política de calidad

Define nuestro compromiso con el cumplimiento de los principios éticos, los valores, la regulación vigente y los más altos estándares de calidad que rigen el desarrollo de nuestra actividad. A su vez, también representa nuestra promesa de asegurar el bienestar de nuestros clientes, la sociedad y el entorno.

Esta política incluye, además, una serie de objetivos sobre varios *stakeholders*, de forma que nuestro compromiso queda invariablemente vinculado al negocio.

### — Procedimiento de control de calidad de producto terminado y semiterminado

Identifica los tipos de controles generales en activo, así como el tamaño de muestreo requerido. También describe cómo debe realizarse la recogida de muestras y su revisión y el almacenaje del producto terminado, así como qué datos hay que recoger y dónde guardarlos para que estén disponibles.

## Devoluciones y procedimiento de destrucción

Una parte inseparable de operar con los más altos estándares de seguridad, vigilancia y diligencia es la gestión de aquellos productos que no alcanzan este nivel de exigencia. Contamos con dos procedimientos especializados:



### Procedimiento de gestión de devoluciones de clientes

Define el modelo de gestión de las devoluciones de productos en mal estado o defectuosos realizadas por nuestros clientes y las marcas de distribución.



### Procedimiento de destrucción de mercancía

Describe cómo destruir la mercancía que no se considere apta para su puesta en el mercado. Se aplica a todos los productos de PyD destinados a su destrucción.

## Sistema de reclamaciones

Nuestro compromiso de llevar a nuestros clientes el mejor producto también conlleva establecer canales accesibles y ágiles para comunicar efectos adversos.



### Formulario web

Disponemos en nuestra web de un formulario para recoger casos de efectos adversos de productos de perfumería y cosmética. Cumplimos así la Ley de Modernización de la Regulación de Cosméticos (MoCRA), que nació para el mercado estadounidense y hoy es un estándar mundial.



### Canales especializados

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 fuera necesario.

## 3.3 Una cadena de valor tan exigente como eficiente

Nuestros productos propios y las marcas que distribuimos alcanzan más de 90 países. Lo conseguimos porque contamos con una cadena de valor robusta, segura, eficiente y responsable. Nos apoyamos en una red de productores, proveedores, distribuidores y retailers que infunde confianza y que permite el diseño de estrategias 360° que garantizan que los productos lleguen a donde deben.

Además de robusta y confiable, nuestra cadena de valor también es sostenible. Nuestro conocimiento sobre los procesos y las herramientas para vigilar que cumplimos los más altos estándares nos permiten localizar y aprovechar oportunidades para generar impacto positivo en el entorno y en la sociedad.

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

En 2025 desarrollamos el **Procedimiento de auditoría y evaluación de proveedores**, con la excepción del Plan de Auditorías, que establecía la realización de un mínimo de dos auditorías. Nuestra intención es que el plan nos permita incorporar evaluaciones ESG que puedan venir acompañadas de un mapa de riesgo del proveedor.

También estamos estudiando una posible colaboración con una consultora externa para añadir aún más transparencia y objetividad en las auditorías y evaluaciones.

Además, mejoramos la clarificación y estandarización de las formas de proceder con nuestros envasadores. Fruto de esta mejora, firmamos **nuevos documentos de carga con dos de nuestros envasadores**. Nuestro objetivo para 2026 es firmar nuevos documentos de este tipo con nuestro principal envasador y tres de nuestros principales proveedores de *packaging* primario.

## Sistema de gestión de proveedores

Nuestros proveedores forman un ámbito indispensable de nuestra actividad, y podemos afirmar que contamos con los mejores. Esta excelencia es el fruto de un exigente proceso de selección y de una dinámica de evaluación continua y mantenimiento del contacto comercial. Como elegimos bien, nos aseguramos de generar una relación que se prolongue en el tiempo.

### Código de Conducta para Proveedores

En PyD ejercemos nuestra responsabilidad con el entorno y la sociedad de dos formas: como líderes del cambio y también como catalizadores, para que los actores nacionales e internacionales con los que colaboramos asuman como propios nuestros principios y valores.

La herramienta para lograrlo es el Código de Conducta para Proveedores, documento que tienen todos nuestros colaboradores, y que nosotros instamos a hacerlo llegar a sus propios proveedores, extendiendo así la red de empresas comprometidas con la sociedad y el entorno.

El Código se asienta 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.

En el Código, mantenemos un especial cuidado con los siguientes asuntos:

- Salarios, remuneraciones y beneficios.
- Horarios de trabajo y horas extra.
- 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.



Además del Código de Conducta para Proveedores, en PyD reforzamos la gestión de nuestra cadena de suministro con las siguientes políticas:



### **Contrato de confidencialidad**

Garantiza, mediante un documento legal, la confidencialidad de la información que compartimos con nuestros proveedores, con el fin de evitar su difusión no autorizada.



### **Condiciones generales de pedidos**

Define los detalles y prescripciones de la preparación y tratamiento de nuestra mercancía, así como la información que debe incluirse en facturas, confirmaciones de pedidos o albaranes, entre otros documentos.



### **Procedimiento de auditoría y evaluación de proveedores**

Describe cómo evaluamos la actividad de los proveedores y los procesos para idear planes que mejoren nuestra operativa. El objetivo global es verificar que nuestra cadena de suministro opera bajo los principios ESG.



### **Procedimiento de compras**

Contempla todos los pasos que forman parte del proceso de compras, desde la identificación de la necesidad de compra hasta adquirir el compromiso de compra con un proveedor.



### **Protocolo de destrucción**

Establece cómo destruimos los moldes con marcas y logos o cualquier otro elemento que integre propiedad industrial o intelectual de PyD. Así evitamos que se infrinjan dichos derechos mediante la falsificación u otras fórmulas.

## Comunicación y trazabilidad de nuestra cadena de suministro

Para que la cadena de suministro funcione en el grado de excelencia que exigimos desde PyD, debemos asegurarnos de la idoneidad de todos sus eslabones. Para ello utilizamos el Procedimiento de homologación de proveedores, que incluye la firma del Código de Conducta y el cumplimiento del KYC (siglas de “conoce a tu cliente”, en inglés). A través de este procedimiento, ponemos en práctica la debida diligencia continuada sobre la cadena de suministro.

El Código de Conducta 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:

- La relación diaria, a través del desarrollo de la propia actividad o de comunicaciones telefónicas o por email.
- El canal de denuncias de nuestra web. A través de un formulario es posible dejar constancia de conductas sospechosas o indebidas que puedan afectar a nuestra compañía, al bienestar de las personas o al entorno.

## Net Positive Impact Plan: avances y retos

### Operaciones con impacto positivo

Durante 2025, la Comisión de Operaciones con Impacto Positivo se ha enfocado en el origen de nuestras materias primas, recogiendo la **información de tier 2<sup>4</sup> de 22 de nuestros principales proveedores activos**. Estos proveedores engloban el **73% de nuestras compras de suministros** y el 21,5% de nuestra red activa, y son representativos de nuestras principales categorías de compras: perfumes, aluminio, bombas, cartón, interiores, promociones, plástico, madera, vidrio y decoraciones.

Gracias a la información recogida durante este año, hemos identificado que nuestros productos incorporan materias primas provenientes de 54 países diferentes.

Nuestro objetivo para 2026 es ampliar el alcance de nuestro análisis y abordar el tratamiento de toda esta información para dibujar el mapa de nuestra cadena de suministro. Contar con una panorámica así de nuestra actividad nos permitiría identificar riesgos y realizar planes de acción y de mejora conjuntamente con nuestros proveedores.

<sup>4</sup> Tier 1: proveedor de primer nivel o directo. Tier 2: proveedor de segundo nivel o indirecto.



Cadena de suministro responsable en cifras

|                                                                                     | 2025                | 2024              |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------|
| N° de proveedores auditados                                                         | 0                   | 0                 |
| N° de proveedores a los que se les aplica KYC*                                      | 71,5% (221 de 309)* | 71,13% (69 de 97) |
| % de materias primas trazadas                                                       | 99,99%              | 99,99%            |
| N° de proveedores internacionales sustituidos por proveedores locales               | 0                   | 0                 |
| N° de referencias ya existentes que acercamos al mercado local                      | 0                   | 0                 |
| % de unidades de devoluciones de clientes a venta                                   | 38%                 | 27%               |
| % de unidades de devoluciones de clientes a rastrillo                               | 29%                 | 47%               |
| % de unidades de devolución de clientes a destrucción                               | 33%                 | 26%               |
| % de unidades obsoletas/descontinuadas a destrucción (valoración a coste estándar)  | 31%                 | 21%               |
| % de unidades de devoluciones de clientes a rastrillo (valoración a coste estándar) | 23%                 | 52%               |
| % de unidades de devolución de clientes a destrucción (valoración a coste estándar) | 46%                 | 26%               |
| N° de unidades obsoletas/descontinuadas a destrucción                               | 11.290              | 0                 |
| Unidades obsoletas/descontinuadas a destrucción (valoración a coste estándar)       | 76.827              | 0                 |

\* En el dato de N° de proveedores a los que se les aplica el KYC se considera todo tipo de proveedores y la información desde que se inició el proceso en el año 2023.

Nuestros distribuidores y clientes

