



Informe de Ciudadanía Corporativa 2019

HISTORIAS DE MÉXICO

Estimados todos

Me complace compartir con ustedes nuestro **Informe de Ciudadanía Corporativa 2019: Historias de México**. En más de 180 años de trayectoria a nivel mundial y 72 años en México, hemos dedicado nuestros esfuerzos a mejorar la vida de las personas a través de nuestras marcas y productos, transformando momentos simples, pero significativos, para hacer de cada día “Un Mejor Día”.

Nuestra aspiración es clara, queremos ser una fuerza para el bien y una fuerza para el crecimiento en donde nuestro compromiso es actuar siempre de una manera responsable y ética, ser transparentes en la conducción de nuestro negocio, proteger el medio ambiente, apoyar buenas causas comunitarias y proporcionar un lugar de trabajo donde nuestros empleados tengan la oportunidad de alcanzar su máximo potencial. Ésta es la base de nuestros esfuerzos de Ciudadanía Corporativa.

Sabemos que cuanto más integramos y construimos la Ciudadanía Corporativa en la forma en que hacemos negocios, mayor es el impacto que podemos tener con las personas a las que servimos, en las comunidades donde vivimos y trabajamos y en el amplio mundo que nos rodea.

En este documento podrán conocer más sobre el trabajo que en P&G realizamos durante 2019 a nivel global y particularmente en México, construyendo sobre nuestros cinco pilares de Ciudadanía Corporativa: **Ética y Responsabilidad Corporativa, Impacto Comunitario, Diversidad e Inclusión, Equidad de Género y Sustentabilidad Ambiental**.

Hemos ayudado a proveer la experiencia del hogar en situaciones de desastre. Desafiámos los mitos que afectan a las mujeres en los lugares de trabajo con liderazgo global en foros de la industria. Además, fuimos la primera compañía de la industria de productos de consumo (CPG por sus siglas en inglés) en unirse a Loop, una plataforma circular de e-commerce que provee empaques reusables

y rellenables para algunos de nuestros productos más populares, los cuales pueden ser recolectados, lavados, rellenos y reusados.

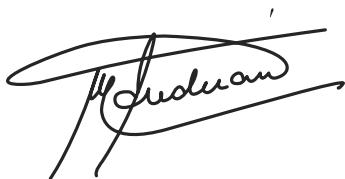
Un programa que continúa logrando resultados impresionantes es **Agua Limpia para los Niños**. En 2019 organizamos “Transformando el agua” en México, una carrera con causa con la cual logramos recaudar más de 630,000 litros de agua, contribuyendo a que entregáramos en total **15 mil millones de agua limpia** a nivel global – un año antes de lo programado. A esta iniciativa se sumaron nuestros socios de negocio con activaciones en tienda, en las que al comprar un producto P&G se realizaba una donación de 1 litro de agua.

Reforzamos nuestro compromiso con la Diversidad e Inclusión, la cual se reflejó en una colaboración de Ariel Revitacolor con el diseñador de modas Galo Bertín, quien creó una playera de edición limitada y los fondos recaudados por su venta fueron donados a la fundación México Vivo. Asimismo,

continuamos trabajando por la igualdad de género. Este año, Always México en colaboración con Save the Children realizaron un donativo de más de **3 millones de toallas sanitarias** a través del movimiento **#MásToallasMenosFaltas**, además de mejorar la condición de baños en escuelas en distintas localidades del país.

Otra área en la que estamos dedicando esfuerzos significativos es en los residuos plásticos, trabajando en un amplio rango de soluciones para recolectar, reciclar y reusarlos. Acabar con los residuos plásticos tomará niveles sin precedentes de inversión, innovación y alianzas, y estamos comprometidos a hacer una diferencia positiva. Por ejemplo, nos hemos comprometido a reducir el uso de plástico virgen en nuestros empaques en 50% para el año 2030. Inventamos la tecnología que restaura el polipropileno usado en una resina reciclada ultra-pura, casi como nueva. Además, tomamos un rol de liderazgo y ayudamos a crear la Alianza para Acabar con los Residuos Plásticos, que busca avanzar con el desarrollo de infraestructura, soluciones innovadoras de educación y esfuerzos de limpieza, especialmente en los océanos.

Con orgullo reitero que en P&G continuaremos nuestros esfuerzos que, además apoyan las metas señaladas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, promoviendo un desarrollo nacional y global inclusivo y sostenible, de la mano de nuestros valiosos socios y aliados: negocios, sociedad civil y gobiernos.



MARCIO ANDREAZZI

Presidente
Director General P&G México

Los invito a leer este compendio de algunas de nuestras historias que han mejorado la vida de diversas comunidades. Es lo que somos, es lo que hacemos y nos motiva a hacer más para seguir brindando “Un Mejor Día” a todas las familias mexicanas.



Quiénes somos

P&G se fundó hace más de 180 años cuando William Procter, fabricante de velas y James Gamble, fabricante de jabón llegaron a Cincinnati, se casaron con las hermanas Norris y unieron sus negocios. Desde sus inicios, tenían dos convicciones: que **los productos de uso diario podrían y deberían ser de la mejor calidad posible** y que **la única forma de operar un negocio a largo plazo sería de manera justa y honesta.**

Hoy, P&G es una de las compañías de productos de consumo más grande del mundo con ventas anuales de alrededor de **65 mil millones de dólares.** Mejoramos la vida diaria de alrededor de **5 mil millones de personas en 180 países** a través de nuestras marcas. Contamos con uno de los portafolios de marcas líderes más confiables, entre las que se encuentran Pantene, Ariel, Head & Shoulders, Gillette, Crest, Oral-B y Always, Dolo-neurobión y Sedalmerck, entre otras.

Nuestro portafolio de alrededor de 70 marcas está organizado en 10 categorías de productos. A lo largo de las 10 categorías, nos enfocamos en ofrecer una propuesta superior a los consumidores en términos de producto, empaque, comunicación, ejecución en tienda y en línea de valor superior a través de la innovación.

La innovación está en el ADN del modelo de negocio de P&G

Nuestra innovación empieza con la ciencia de entender a las personas y sus necesidades. Estamos comprometidos con la ciencia y la innovación y por eso **invertimos cerca de 2 mil millones de dólares al año en investigación y desarrollo**, gracias al trabajo de 7,500 científicos e ingenieros trabajando en las diferentes categorías y países para descubrir y crear nueva innovación.

Algunas de estas innovaciones han transformado nuestras vidas, como la primera pasta con fluoruro, el primer detergente sintético, el primer cepillo de dientes suave, el primer detergente de dosis única o POD, y el shampoo 2 en 1 por mencionar algunas. Constantemente estamos en la búsqueda de innovaciones que mejoren la vida diaria de las personas alrededor del mundo.

Para conocer más sobre P&G visita
pg.com.mx



P&G en México, 72 años mejorando tu día

La historia de P&G en México empezó en 1948 como la primera subsidiaria de la empresa en América Latina con la adquisición de una fábrica de aceites de cocina. Durante los siguientes años, P&G introdujo marcas como Ariel y Salvo al mercado mexicano. A través del tiempo, P&G expandió su huella en México, convirtiéndose en uno de los centros de producción y exportación más importantes para la Compañía.

En la actualidad, **empleamos a alrededor de 4,500 personas distribuidas en 6 plantas de manufactura, 3 centros de distribución, 2 oficinas generales, 2 oficinas de ventas** y representantes de ventas en casi todo el país. Hoy en día, P&G es una de las compañías de productos de consumo masivo más respetadas en México y nuestros productos **son usados en el 99% de los hogares mexicanos**. A lo largo de estos 72 años, hemos mejorado la vida diaria de las familias mexicanas ofreciendo productos de calidad.

Después de 72 años de operación en el país, hoy estamos comprometidos con seguir mejorando el día a día de las familias mexicanas a través de nuestras marcas y de nuestros esfuerzos de Ciudadanía Corporativa.

Como consecuencia, somos líderes (1er o 2do lugar) en 8 de las 10 categorías en las que participamos activamente: Cuidado del cabello, Cuidado del Afeitado, Protección Femenina, Cuidado de la Ropa, Suavizantes, Cuidado Oral, Respiratorios, y Cuidado de los Platos.



1837 INICIO
 El primer producto comercializado por P&G fue el jabón de tocador. Este producto revolucionó la higiene personal y se convirtió en un ícono de la marca.

1879 IVORY
 Se introduce el jabón Ivory, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1948 MEXICO
 Se introduce el jabón Ariel en México, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1951 VALLEJO
 Se introduce el jabón Vallejo, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1968 ARIEL
 Se introduce el jabón Ariel en México, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1977 SALVO
 Se introduce el jabón Salvo, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1981 VISTA HERMOSA
 Se introduce el jabón Vista Hermosa, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1985 PANTENE
 Se introduce el jabón Pantene, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1985 SISMO
 Se introduce el jabón Sismo, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1987 HAS
 Se introduce el jabón Has, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1990 ALWAYS
 Se introduce el jabón Always, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1992 MARISCALA
 Se introduce el jabón Mariscala, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

1998 ACE
 Se introduce el jabón Ace, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

2002 NATURELLA
 Se introduce el jabón Naturella, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

2004 DOWNY
 Se introduce el jabón Downy, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

2006 GILLETTE
 Se introduce el jabón Gillette, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

2009 MILENIO
 Se introduce el jabón Milenio, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

2010 AGUA LIMPIA
 Se introduce el jabón Agua Limpia, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

2011 NACER APRENDIENDO
 Se introduce el jabón Nacer Aprendiendo, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

2017 CEROS BASURA
 Se introduce el jabón Ceros Basura, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

2018 NUEVAS OFICINAS
 Se introduce el jabón Nuevas Oficinas, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

2018 RECICLAJE
 Se introduce el jabón Reciclaje, un producto que se convirtió en un ícono de la marca y que revolucionó la higiene personal.

Ciudadanía Corporativa

La base de nuestra Ciudadanía Corporativa se encuentra arraigada en nuestro **Propósito, Valores y Principios** que, a su vez, son la base de quiénes somos.

Nuestro Propósito es mejorar la vida de los consumidores de pequeñas, pero, significativas maneras, y eso inspira a las personas de P&G a hacer una contribución positiva todos los días. Nuestros Valores de **Integridad, Liderazgo, Responsabilidad, Pasión por Ganar y Confianza** dan forma a cómo trabajamos unos con otros y con nuestros socios. Y nuestros Principios articulan el enfoque único de P&G para realizar el trabajo de todos los días.

Esta aspiración por construir un mundo mejor, tomando como guía nuestros valores

y principios, delinear nuestra estrategia de Ciudadanía en cinco áreas que se desarrollarán a lo largo del documento: Ética y Responsabilidad Corporativa, Impacto Comunitario, Diversidad e Inclusión, Equidad de Género y Sustentabilidad Ambiental.

Para implementar nuestras acciones en estos cinco pilares y buscar ser cada día un mejor Ciudadano Corporativo, miembros del equipo de liderazgo de la Compañía lideran el Consejo de Ciudadanía, encabezado por el Presidente y Director Ejecutivo, David Taylor.







Ética y Responsabilidad Corporativa

Al llegar a alrededor de **5 mil millones de consumidores** en el mundo con nuestras marcas, creemos y hemos hecho público **nuestro compromiso de hacer lo correcto** y a ser un buen Ciudadano Corporativo.

Para nosotros, ser un buen Ciudadano Corporativo significa mejorar nuestra transparencia, construir alianzas colaborativas, respetar los derechos humanos y laborales, y tener una cadena de suministro responsable. Esto permea todo lo que hacemos, y tomamos esta responsabilidad muy seriamente.

Nuestra filosofía es que una reputación de confianza e integridad se construye con el tiempo, se gana día con día, y es lo que nos diferencia.



Trabajamos dentro del espíritu y letra de la Ley, manteniendo altos estándares éticos dondequiera que operamos.

Creemos que las buenas prácticas de gobernanza contribuyen a mejores resultados para los accionistas. Mantenemos principios, políticas y prácticas de gobierno corporativo que apoyan la responsabilidad gerencial. Éstos son del interés de la compañía, de nuestros accionistas y de todos los grupos de interés y son consistentes con el Propósito, Valores y Principios de la compañía (PVP).

“Una reputación de confianza e integridad se debe ganar cada día – acción por acción, empleado por empleado. Con el constante cambio en nuestro negocio, es más crítico que nunca permanecer firmes en nuestro propósito, valores y principios en la forma en que operamos. Las prácticas sólidas de gobernanza y su cumplimiento generan confianza, la cual, se torna en creación de valor para consumidores, clientes y accionistas.”



DEBBIE MAJORAS

Directora Ejecutiva Jurídica

Administración y Controles Internos

Nuestro objetivo es crear valor manteniendo y construyendo nuestra reputación corporativa a través de una **cultura robusta de ética y cumplimiento** que permita conservar nuestros recursos, proteger el medio ambiente, mejorar las condiciones sociales, respetar derechos humanos y laborales y empoderar individuos y las comunidades en las que vivimos, trabajamos y servimos.

Gobernanza

Como un componente clave de supervisión, la Junta Directiva y sus comités dedican tiempo sustancial no sólo a desarrollar estrategias, sino a revisar asuntos centrales de la cultura corporativa como ética y buenas prácticas, ciberseguridad, equidad salarial, sustentabilidad ambiental y gestión del capital humano. La Junta Directiva completa, proporciona supervisión estratégica y monitorea prioridades, así como riesgos emergentes en estas y otras áreas, mientras cada comité destina mayor atención a asuntos particulares dentro de sus competencias.

Comité de Auditoría

Supervisa el proceso general de gestión de riesgo de la compañía, incluyendo controles financieros e integridad, y se reúne regularmente con el Director de Ética y Cumplimiento, para revisar riesgos clave de la empresa y programas de ciberseguridad.

Comité de Gobierno y Responsabilidad Pública

Supervisa asuntos relacionados con las prácticas y políticas corporativas de la compañía, incluyendo la composición de la Junta, planificación en la sucesión de directivos, independencia, y vigila los riesgos geopolíticos de la compañía, así como el impacto comunitario y ambiental de la misma, evaluando nuestras prácticas y progreso, comparándolos con los puntos de referencia clave.

Comité de Compensación y Desarrollo de Liderazgo

Supervisa el desarrollo y planificación de la sucesión del CEO y otros directores ejecutivos de la compañía, monitorea la equidad salarial de género, y asegura que nuestras prácticas de compensación ejecutiva estén balanceadas para recompensar el crecimiento integral a largo plazo.

Comité de Innovación y Tecnología

Supervisa los programas de Innovación y Tecnología de la compañía, incluye la integración responsable de nuevas tecnologías en nuestra estrategia de innovación, mientras que también considera cómo estos programas incorporan las prioridades de la compañía en materia de sustentabilidad y seguridad en los ingredientes.

El amplio alcance de la supervisión de esta Junta y comités, así como el resultante compromiso activo de nuestros directores, ayudan a garantizar que los valores de la compañía, el comportamiento de nuestros líderes y los esfuerzos de nuestros empleados estén vinculados en esencia a la estrategia de nuestra compañía de forma significativa y efectiva.



Principales políticas y prácticas de gobernanza

MANUAL GLOBAL DE CONDUCTA EN EL NEGOCIO.

Que contiene los estándares globales que los empleados de P&G deben seguir para asegurar que mantienen el Propósito, Valores y Principios (PVP) de la compañía.

POLÍTICA DE DERECHOS DE LOS EMPLEADOS.

Que delinea nuestro compromiso con nuestros empleados de mantener nuestros PVP y respetar los estándares laborales internacionales.

GUÍAS DE SUSTENTABILIDAD PARA NUESTROS ALIADOS EXTERNOS DE NEGOCIO.

Que establecen los valores que buscamos en los proveedores con los que hacemos negocios.

POLÍTICA DE DECLARACIÓN DE DERECHOS HUMANOS.

Que define nuestro compromiso de respetar derechos humanos y la expectativa de que nuestros aliados de negocios compartan este compromiso.

POLÍTICA DE PRIVACIDAD.

Que establece nuestro compromiso de mantener la confianza en la compañía protegiendo la información personal que recolectamos y usamos. En México, cualquier solicitud relativa a Derechos ARCO en posesión de P&G (acceso, rectificación, cancelación y oposición) puede ser realizada en el correo privacidadpgmex.im@pg.com

SEGURIDAD Y CUMPLIMIENTO DE NUESTROS PRODUCTOS.

Que contiene los pasos que tomamos para la seguridad y bienestar de nuestros consumidores.

NUESTRAS POLÍTICAS Y PRÁCTICAS AMBIENTALES.

Que definen nuestros compromisos para preservar nuestro planeta para las generaciones que vienen.

NUESTRAS PRÁCTICAS Y POLÍTICAS SOCIALES.

Que establecen los compromisos adicionales que hemos realizado para nuestras operaciones responsables.

<https://latam.pg.com/politicas-y-practicas/>

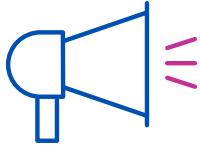
Se espera de nosotros que hagamos lo correcto siempre. Esto significa que debemos conocer y seguir las leyes y regulaciones al rededor del mundo, sin distinción alguna.

Contamos con una Política de “Anticorrupción y Correcta Relación con Oficiales de Gobierno”, que establece la manera en que debemos interactuar con los mismos y evitar cualquier acto de corrupción a cualquier nivel y bajo cualquier circunstancia, siguiendo las disposiciones de la legislación mexicana en la materia, así como del **“Foreign Corrupt Practices Act”**.

Estamos conscientes de la importancia de una adecuada relación con las comunidades donde nos encontramos, y que ésta esté en cumplimiento con la legislación local aplicable. Por ello, en materia de donaciones, contamos con procedimientos cuyo objeto es asegurar que éstas son realizadas en línea con nuestro “Propósito, Valores y Principios”, nuestra política de anticorrupción, y conformes al proceso interno de evaluación y aprobación global.

LEVANTA LA VOZ

Nuestros empleados se responsabilizan entre sí por operar con confianza e integridad, y por desempeñarse como líderes y dueños del negocio.



Estamos comprometidos en crear un ambiente laboral que fomente la comunicación abierta y apoye a los empleados al reportar potenciales violaciones a las políticas de la compañía o de la Ley.

Empleados e individuos en nuestras operaciones o en nuestra extendida cadena de suministro pueden reportar violaciones en la línea de ayuda “Worldwide Business Conduct Helpline”, la cual es atendida por un operador independiente las 24 horas del día, siete días a la semana e incluye, en los lugares permitidos por la Ley, una forma anónima de reportar preocupaciones o inquietudes. Estamos comprometidos a revisar todos los alegatos de actos

<https://us.pg.com/policies-and-practices/speaking-up/>

indebidos con equipos capacitados que garantizan investigaciones exhaustivas, imparciales y basadas en hechos. Conducir averiguaciones apropiadas, es esencial para promover una cultura de integridad, reducir la probabilidad de incidentes ocurridos e incrementar la disposición de plantear preocupaciones proactivamente. Es una parte importante de nuestro compromiso por prevenir y detectar irregularidades. Las represalias por plantear preocupaciones de buena fe son inconsistentes con nuestros valores de integridad y confianza y simplemente no serán toleradas.







Impacto Comunitario

Como una compañía comprometida a ser una fuerza para el bien y para el crecimiento, creemos que tenemos la responsabilidad de contribuir a las comunidades en las que vivimos y trabajamos. **Proporcionarles apoyo a las comunidades alrededor del mundo es una de nuestras prioridades de Ciudadanía** y está arraigada a nuestra identidad. La tecnología innovadora de nuestros sobres purificadores de agua P&G puede transformar vidas. Nuestras marcas están bien posicionadas para ayudar a las personas durante desastres y cada región tiene programas únicos para impactar vidas a nivel local. Podemos hacer una gran diferencia positiva en las vidas de muchos, y aprovechamos la oportunidad de hacer el mundo un lugar mejor.

Transformando vidas a través del poder del agua limpia

Este año marcó un hito en nuestro programa bandera **Agua Limpia para los Niños**. En alianza con más de 150 organizaciones alrededor del mundo, hemos logrado nuestra meta de proveer **15 mil millones de litros de agua limpia para beber**. Ahora, estamos acelerando nuestros esfuerzos para ayudar a brindar agua limpia a más personas entregando

comunidades mejorando la salud, fomentando la educación y mejorando las oportunidades económicas por **más de 15 años**. Con sólo un sobre Purificador de Agua P&G, una cubeta, un cucharón y un pedazo de tela limpia, una familia puede transformar 10 litros de agua sucia y potencialmente mortal, en agua limpia y segura para beber en solo 30 minutos.

25 mil millones de litros



a nivel global para el año 2025 en situaciones de emergencia y en comunidades que no tienen acceso a agua segura. El programa **usa una tecnología purificadora en polvo inventada por un científico de cuidado de la ropa de P&G**, que ha transformado



Entregando agua limpia en México

Desde que se lanzó el programa **Agua Limpia para Los Niños en México** en 2010, a través de alianzas estratégicas, hemos logrado entregar más de **90 millones de litros de agua** en situaciones de emergencia y en comunidades que no tienen acceso a agua limpia.

Durante el 2019, las alianzas con Un Kilo de Ayuda, ChildFund México y World Vision siguieron ayudando a las familias a experimentar el poder de transformar del agua limpia.

Por medio del programa, World Vision México entregó entre 2016 y 2019 el equivalente a **1.7 millones de litros de agua** a un poco más de **53,000 personas de 422 comunidades** en Oaxaca y Veracruz. Por su parte, gracias a la alianza con ChildFund, casi **2600 familias de 73 comunidades** conocieron el poder de transformar del agua limpia.

A través del programa implementado por Un Kilo de Ayuda de junio de 2018 al cierre de 2019 en **48 comunidades distribuidas en 15 municipios** del estado de Chiapas, se entregaron más de 10 millones de litros de agua limpia y segura a 2,359 familias.



Juanita vive con Saida Elizabeth su hija, en la casa de sus padres y trabaja en las labores del hogar. Está acostumbrada a recolectar agua de lluvia, además de la que llega de la tubería. Anteriormente su hija presentaba continuos cuadros diarreicos. Hoy se siente muy contenta porque el primer beneficio que reconoce con los sobres del Purificador de Agua P&G está relacionado con la salud en su familia, su hija principalmente. *“¡Vamos mejorando!”* señala, *“me ha ayudado demasiado porque el gasto en doctor y medicinas podía llegar hasta \$600 MXN muy caro!”*
– Un Kilo de Ayuda



Guadalupe es mamá de 4 hijos. La familia de la señora Lupita ha encontrado beneficios en su economía ya que a través de la purificación del agua con los sobres le permite ahorrar en la compra de garrafones de agua y puede comprar más alimentos a sus hijos, además de evitar diarreas o vómitos en los niños, ya que el agua que recolectan no es segura. Mejorar la economía familiar es un reto en las comunidades alejadas de Chiapas que puede apoyarse con los sobres Purificadores.
– Un Kilo de Ayuda



Marí y su esposo cultivan maíz en el campo. Son padres de 5 hijos incluyendo a los gemelos María Fernanda y Fernando, los más chiquitos. Cuentan con una parcela donde siembran durazno, maíz, manzana y tienen gallinas de donde obtienen huevos para contar con proteína en casa. Mari, recibió con gran entusiasmo el Purificador de Agua P&G, para hacer obtener agua limpia para beber, ella solía hervirla, acarreando leña fuera de su casa a varios metros de distancia. La familia recolecta el agua a través de un tanque donde guardan literalmente *“el agua que cae del cielo”*. El purificador le hace más fácil las labores del hogar y no tiene que respirar más humo para tener agua limpia. – Un Kilo de Ayuda

El programa con World Vision México continuó en Oaxaca, y se incorporaron familias en Veracruz a las que se entregó un total de 4,581,600 de litros de agua limpia en 97 comunidades a 2,887 hogares, 20 escuelas, 2 albergues, y 3 comedores comunitarios, brindado acceso a agua limpia y segura a un total de 19,505 personas. La alianza que inició en 2016 ha entregado más de 7 millones de litros de agua limpia a casi 29 mil familias en estos dos años.

Alianza con causa

Durante 2019, nos aliamos con Walmart de México y Centroamérica para apoyar el programa Agua Limpia para los Niños. Por primera vez, a través de la alianza invitamos a los mexicanos a sumarse comprando productos P&G en Walmart, Bodega Aurrera, Superama y Sam's Club, durante agosto y septiembre, ya que P&G se comprometió a donar al programa el equivalente a un litro de agua limpia por cada producto comprado. De esta manera, con apoyo de todos, logramos recaudar millones de litros que seguirán transformando vidas con el poder del agua limpia en México y en el mundo.



Para generar aún más conciencia y apoyo para combatir la crisis mundial de agua potable, organizamos la carrera **Transformando El Agua- 5km**, la cual se llevó a cabo en el Infield del Hipódromo de las Américas. Se trató de una carrera con causa, ya que un porcentaje de las inscripciones recaudadas se donó al programa "Agua Limpia para los Niños".

Gracias a la participaron de más de 1,500 personas, se recaudó el equivalente a más de **630,000 litros de agua adicionales para el programa.**



EL AGUA LIMPIA CAMBIA VIDAS
JUNTOS, ESTAMOS CREANDO UN MUNDO MÁS LIMPIO Y MÁS SALUDABLE.

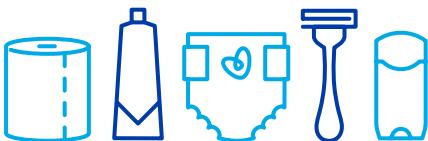
COMPRAR 1 PRODUCTO P&G = DONAR 1 LITRO DE AGUA LIMPIA

#CleanWaterChangesLives

The graphic features a collection of P&G products including Ariel detergent, Pantene hair care, and other household items. The text is set against a blue background with a white equals sign.

Presentes en momentos difíciles

Sabemos que nuestras marcas pueden hacer la diferencia durante situaciones de emergencia por desastres naturales. Cuando llega el momento de iniciar la recuperación, el poder lavarse el cabello, usar una toalla femenina o lavarse los dientes puede brindarles a las familias la sensación de hogar y la fuerza para iniciar la nueva etapa. Por eso, nuestros voluntarios se reunieron de nuevo este año para armar paquetes de productos de cuidado personal para que éstos sean entregados a las familias después de los desastres naturales. **En 2019, a través de la alianza con CADENA** (Comité de Ayuda a Desastres y Emergencias Nacionales A.C.) **apoyamos a familias afectadas por fenómenos naturales** como incendios forestales, lluvias, inundaciones y heladas en diversos estados como Baja California, Estado de México, Tabasco y Veracruz.





Preparados para ayudar

Los voluntariados en P&G son parte fundamental del trabajo que hacemos de Ciudadanía Corporativa. Con el propósito de brindarles mayores herramientas y la sensibilización necesaria a nuestros empleados para desempeñarse mejor como voluntarios, en especial en situaciones de emergencia ocasionadas por un fenómeno natural, **este año más de 50 empleados se certificaron con nuestro aliado CADENA para ser voluntarios** y dar mano a mano esa ayuda que tanto se requiere en momentos difíciles.

El impacto de Nacer Aprendiendo

Desde su creación en 2010, P&G ha sido parte integral del programa de Desarrollo Infantil Temprano de United Way llamado “Nacer Aprendiendo”, el cual, hoy opera en distintos países de América Latina. En México, este programa busca que las niñas y niños de 0 a 6 años tengan acceso al futuro con las mismas oportunidades. Este programa ofrece estrategias de capacitación para quienes son parte de su desarrollo (como cuidadores principales y agentes educativos), además de mejorar la infraestructura y consolidar iniciativas que mejoren la calidad educativa en Centros Comunitarios de Desarrollo Infantil, centros CONAFE y jardines de niños de cinco estados de la República Mexicana.

En principio, Nacer Aprendiendo surge como un programa que impulsaba los seis campos formativos contemplados en el Programa de Educación Preescolar y desde el 2010, se ha logrado incidir en los mismos. Se capacitó a las y los agentes educativos en fundamentos y especificidades de cada campo formativo, características de la planeación didáctica, seguimiento a las competencias y aprendizajes esperados en las niñas y los niños, así como presentación y sugerencia de adaptación de algunos materiales de la metodología educativa Montessori para el trabajo en aula. En 2017, el programa evolucionó a Nacer Aprendiendo: **Ambientes Saludables con la finalidad de seguir aportando conocimientos y herramientas que promuevan el bienestar integral en las niñas y los niños de 0-6 años**, tomando en cuenta su desarrollo físico, emocional, cognitivo y psicosocial.



En 2019, gracias a los donativos de P&G, se creó una página de internet con recursos para educadores y cuidadores principales con el fin de democratizar la información que se ha materializado en últimos años.

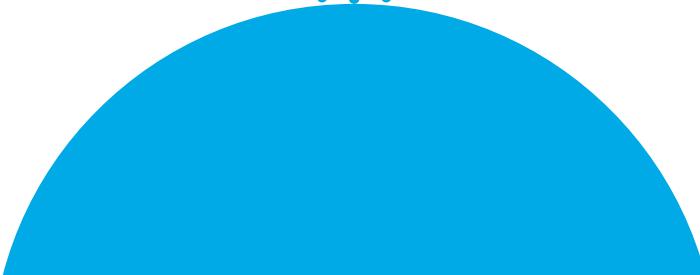
Durante este año, Ambientes Saludables benefició a 2,212 cuidadores primarios y cerca de 4,500 niños y niñas en Guanajuato, Jalisco, Hidalgo, CDMX y Estado de México.

El 82% de los colaboradores de P&G México hace una aportación vía nómina la cual es igualada por la compañía para apoyar el Desarrollo Infantil Temprano, incluyendo la implementación del programa Nacer Aprendiendo, así como la mejora de centros infantiles y actividades como talleres de higiene bucal.

En pro de la detección oportuna del cáncer de mama

Una vez más, nos unimos a FUCAM, A.C. para apoyar la detección oportuna del cáncer de mama en México.

Durante el mes de octubre de 2019, la unidad móvil de FUCAM **realizó 140 mastografías gratuitas a mujeres con el apoyo de P&G** en instalaciones de nuestros aliados de La Comer.



Todo empieza en casa

En 2019, **60 voluntarios de nuestras plantas de manufactura** Vallejo, Naucalpan, Alce Blanco, Milenio, Tepeji, Mariscala así como nuestro Centro de Distribución San Martín Obispo y Oficinas Generales ayudaron a construir una nueva vivienda adecuada en alianza con Hábitat para la Humanidad México.

“El día 22 de noviembre, nuevamente llegaron los voluntarios de P&G. nos dio mucho gusto recibirlos. Llegaron como siempre muy activos, entusiasmados y con muchas ganas de trabajar a pesar de que hacía frío ese día. Nos divertimos mucho pintando la casa, al final, todos estábamos llenos de pintura. La casa quedó muy bonita ya pintada, quedamos muy agradecidos con los voluntarios de la empresa P&G. Mi familia y yo ya nos habíamos acostumbrado a recibir a los voluntarios, ahora los extrañaremos mucho, nos gustaba convivir con ellos y divertirnos mientras construíamos y veíamos que nuestro sueño de tener una casa propia, un hogar para mí y mi familia se está haciendo realidad gracias a su tiempo y esfuerzo. De verdad deseo que todas las personas que vinieron a apoyarnos, que Dios los bendiga siempre y a toda su familia, mil gracias.”

Eusebio Hernández







Diversidad e Inclusión

P&G es una compañía que cree en la diversidad e inclusión. Con más de **140 nacionalidades** representadas en nuestra fuerza laboral, nuestra propia diversidad nos ayuda a reflexionar y ganar con los consumidores a los que servimos alrededor del mundo. Mientras más entendemos a las personas, sus necesidades y desafíos, podemos deleitarlos mejor con nuestros productos y servicios. Mientras la diversidad es esencial en todo lo que hacemos, creemos que la inclusión cambia el juego. Cada día nos esforzamos por obtener el valor total de nuestra diversidad a través de la inclusión – fomentando un ambiente en el que los empleados de P&G puedan convertirse en la mejor versión de sí mismos, plenos y auténticos en el lugar de trabajo. Pero nuestro trabajo no termina allí, - nuestra ideología y compromiso se extienden más allá de las paredes de P&G. Estamos conduciendo la acción en el escenario mundial para hacer una diferencia significativa, y cuidamos profundamente nuestro impacto, siempre esforzándonos por hacer el mundo un poco mejor a través de nuestras acciones.

Conferencia regional LGBT+

Fundado hace más de 20 años, GABLE, el grupo de afinidad para empleados gay, bisexuales, aliados, lesbianas y transgénero, continúa creciendo y avanzando alrededor del mundo. Este año, P&G México fue anfitrión de la Conferencia GABLE de Latinoamérica 2019 para generar conciencia sobre los temas de LGBT+ y diversidad, desde una perspectiva empresarial.

Más de 500 personas, vía presencial y remota, tuvieron la oportunidad de escuchar los testimonios, casos de éxito y estudios de personalidades como Ophelia Pastrana y Aurora Wonders; asociaciones como México Vivo y ejecutivos de P&G como Shelly McNamara, VP de Recursos Humanos de P&G Global.



El evento estuvo abierto a los empleados de P&G, a otras empresas y Universidades con el objetivo de abrir la discusión sobre la inclusión de la comunidad LGBT+ en el rubro empresarial en América Latina. En P&G se considera que la diversidad y la inclusión son una ventaja competitiva, no sólo para mejorar la vida de los consumidores, sino para ayudar a los empleados a tener más éxito en su vida laboral y personal. En el momento que se comprende, aprecia e incluye se es capaz de entender una amplia gama de puntos de vista y experiencia lo que permite seguir prestando un excelente servicio para todos los que son parte de la empresa de forma interna y externa.

Celebrando 50 años desde Stonewall con orgullo alrededor del mundo

En 2019 fuimos uno de los orgullosos patrocinadores de las actividades de Pride alrededor del mundo, usando nuestra voz para construir un mundo más equitativo para todos los individuos. Nos unimos con **“Heritage of Pride”** para conmemorar los **50 años** desde que Stonewall detonó el movimiento global para la equidad LGBT+. Desde Cincinnati hasta Sudáfrica, desde Polonia hasta México, y más de 50 lugares, miles de colaboradores de P&G demostraron su apoyo para la comunidad LGBT+ a través de su participación en las celebraciones del orgullo.

Proyecta tus colores

En el marco del mes de la diversidad e inclusión, Ariel Revitacolor formó una alianza con el diseñador de modas Galo Bertín y la fundación México Vivo para invitar a todos los mexicanos a celebrar la autenticidad y la diversidad de nuestros colores. La iniciativa fue **“Proyecta tus colores”** y buscó celebrar la diversidad y los colores que hacen único e irreplicable a cada una de las personas. Ariel Revitacolor nació como el detergente líquido de alto desempeño que además de brindar una limpieza de alto desempeño, cuida los colores de la ropa y alarga su vida útil. Partiendo de esta particularidad y promesa de calidad, la marca decidió convertir su mensaje en acciones concretas que inspiraran a la gente a celebrar la infinita diversidad de colores que existen en cada uno de nosotros.



Galo Bertín, en colaboración con Ariel Revitacolor, creó una prenda de edición limitada cuya recaudación por las ventas fue donada íntegramente a la fundación México Vivo, una organización que trabaja para que cada vez más personas puedan vivir su sexualidad con salud y plenitud, y provee información y servicios que permiten a la gente elegir, prevenir, y atenderse oportunamente.

La iniciativa "Proyecta tus colores" llegó a la cumbre el sábado 29 de junio, cuando las tres partes de esta alianza se unieron a la Marcha del Orgullo LGBTTTI en la Ciudad de México, portando con orgullo la increíble playera creada por Galo Bertín y Ariel.



Gillette cree en lo mejor del hombre

Enero de 2019 marcó el 30 aniversario del slogan de Gillette **"Lo mejor que un hombre puede ser"**. Desde su lanzamiento, ha sido una manifestación aspiracional, que refleja los estándares que muchos hombres se esfuerzan en alcanzar. Pero hoy, muchos hombres se encuentran a sí mismos atrapados entre el pasado y una nueva era de masculinidad.

Gillette se hizo la pregunta ¿Es esto lo mejor que un hombre puede tener? y después, presentaron la campaña "Lo mejor que un hombre puede ser".

Estrenaron el video **"We Believe"** que muestra ejemplos de cómo los hombres pueden realizar acciones, grandes o pequeñas, para crear un cambio significativo en sus vidas, sus seres queridos y sus iguales, y establecieron el ejemplo correcto para la nueva generación de hombres. A lo largo del video, Gillette se comprometió a donar \$1 millón de dólares anuales en los siguientes tres años a organizaciones sin fines de lucro ejecutando programas diseñados para inspirar, educar y ayudar a los hombres de todas las edades a alcanzar lo mejor de sí.

Con "We Believe", Gillette desató un debate mundial acerca de la masculinidad. El video **ha sido visto más de 110 millones de veces** y compartido en salones de clase, universidades y más, y ha inspirado programas de Gillette en India, Canadá, España y Sudáfrica.



Sin Barreras

En P&G queremos remover las barreras visibles e invisibles para que personas con capacidades distintas puedan desempeñarse a su máximo potencial en nuestra organización. En este camino hacia la inclusión laboral, Planta Milenio se ha preparado para ser una opción de empleo digno a grupos vulnerables de la región. Este año incorporó a seis nuevos colaboradores de P&G, personas con discapacidad.



Corriendo por una causa

El 8 de diciembre se llevó a cabo la carrera incluyente "Corriendo por el Autismo" en Irapuato en donde Planta Milenio participó con el entusiasmo de voluntarios, promoviendo la importancia de la inclusión entre los empleados y sus familias. Además, Planta Milenio contribuyó donando rastrillos y premiaciones para los ganadores de las distintas categorías.

Talento diverso

En P&G todos los días nos esforzamos por fomentar la diversidad y obtener el máximo valor a través de la inclusión, fomentando un entorno en el que las personas de P&G puedan ser ellos mismos, completos y auténticos, en su lugar de trabajo. Un componente esencial para asegurar que contamos con diversidad dentro de nuestras filas, es en la atracción de talento. Durante 2019, P&G participó en dos de ferias de reclutamiento para personas con discapacidad en la Universidad Anáhuac y en la Universidad Panamericana con el objetivo de ser una empresa atractiva para el mejor talento.

Entrenamiento a los directores en lenguaje inclusivo LGBT+

La inclusión comienza con el lenguaje, es por eso que durante 2019 se hicieron entrenamientos a nivel gerencial donde se explicaron las diferentes terminologías de la comunidad LGBT+. Las sesiones se enfocaron en crear conciencia de la presencia de los grupos minoritarios en el mundo y los retos que afrontan, así como el significado detallado de cada una de las letras de la palabra LGBT+.

El objetivo del entrenamiento es generar conciencia a niveles altos de la organización, para que ellos sean los catalizadores y puedan permear sus conocimientos a todos los niveles.

Nuestro objetivo es seguir teniendo estos entrenamientos, no sólo a nivel gerencial si no a todos los niveles y durante varios meses al año para asegurar que fomentamos una cultura inclusiva en la organización.

Comprometidos con la inclusión LGBT+

La Fundación de la Campaña de Derechos Humanos (HRC, por sus siglas en inglés), el brazo educativo de la organización de derechos civiles de personas lesbianas, gais, bisexuales, transgénero y queer (LGBTQ) más grande de Estados Unidos lanzó la tercera edición de **HRC Equidad MX: Programa Global de Equidad Laboral**, la encuesta anual que evalúa la inclusión LGBT en los centros laborales dentro de las principales empresas mexicanas y multinacionales.

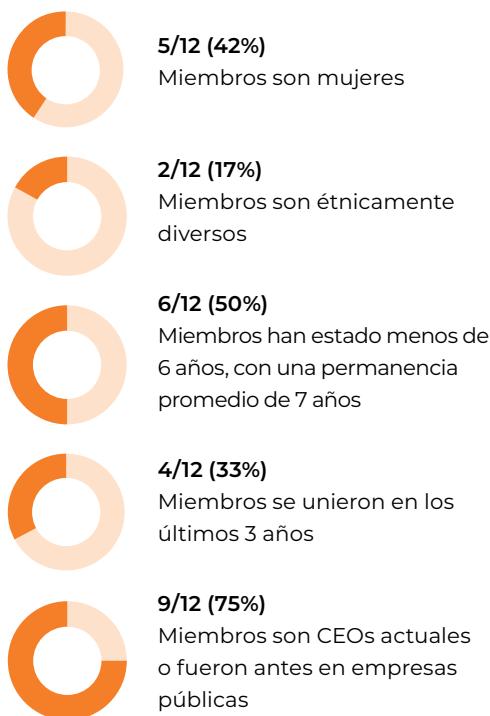
P&G México fue una de las primeras compañías del país certificada como “mejor lugar para trabajar para empleados LGBT+” por la Campaña de Derechos Humanos fuera de Estados Unidos en 2017. En 2019, P&G México se certificó por tercer año consecutivo, con resultados sobresalientes en las tres áreas de enfoque: políticas internas inclusivas, competencia organizacional y compromiso público.



Composición del Consejo de Administración

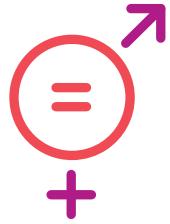
Como una compañía global de productos de consumo diversa, nos esforzamos por reflejar la diversidad de nuestra fuerza de trabajo en nuestro Consejo de Administración Global. Nuestros directores no sólo aportan al Consejo significativas y variadas habilidades y experiencias de liderazgo, sino que ellos representan una mezcla de antecedentes, edad, género, raza y experiencia internacional que informa su liderazgo y fortalece su supervisión.

En nuestra Junta actual:



La diversidad general del Consejo es una prioridad clave y una consideración significativa en nuestro proceso de nominación de directores.





Equidad de Género

Aspiramos a crear un mundo mejor para todos nosotros – dentro y fuera de P&G. Un mundo libre de prejuicios de género, con equidad de voz e igualdad de representación para los individuos. Un mundo donde todos seamos vistos como iguales. Cuando hacemos esto, la economía crece, las comunidades son más sanas, el negocio puede prosperar y el mundo es un mejor lugar para todos.

En P&G, estamos enfocados en tres áreas en las que podemos tener un mayor impacto. Primero, aprovechamos nuestra significativa presencia en publicidad y medios para **enfrentar prejuicios de género**. También **eliminamos barreras de educación para niñas y oportunidades económicas para mujeres** a través de programas corporativos y de marcas y promoción de políticas. Además, estamos creando un ambiente inclusivo y de igualdad de género en P&G, mientras abogamos por la equidad de género e intersectorial en los lugares de trabajo en todas partes, de esta manera todos pueden contribuir a su máximo potencial. En cada una de estas áreas, nos aliamos con organizaciones altamente involucradas que comparten nuestro compromiso, combinando nuestros recursos, talentos y habilidades para tener un mayor impacto.

Always trabaja para mantener a las niñas en la escuela

La falta de acceso a productos para el periodo puede causar que las niñas falten a la escuela, y no practiquen deportes y otras experiencias de desarrollo que pueden limitar la confianza y potencial de las niñas más allá de la pubertad. En países como Canadá, México, Turquía, Reino Unido y Estados Unidos, un número sorprendente de niñas faltan a la escuela porque no tienen acceso a productos para el periodo – ¡cerca de una de cada cinco niñas en Estados Unidos!

Como una marca que ha promovido la confianza femenina por más de **35 años**, Always busca crear conciencia sobre este asunto y alentar a la gente alrededor del

mundo para tomar acciones y ¡lo han hecho! Desde su inicio en Reino Unido, Always ha extendido la campaña a 10 países y **donado más de 50 millones de productos** para el periodo. En marzo de 2019, el gobierno de Reino Unido anunció productos para el periodo gratuitos en secundarias y universidades. En Canadá, la Junta Escolar del Distrito de Toronto hizo un compromiso para proveer dichos artículos de manera gratuita a lo largo de sus cerca de **600 primarias y secundarias**.

En conjunto con P&G, Always también apoyó el lanzamiento de la Alianza Oportunidad para las Niñas (GOA por sus siglas en inglés). Igualamos las **donaciones públicas por más de \$250,000** para la campaña



de recaudación de fondos de GOA, para proyectos de educación de las niñas, incluyendo educación en la pubertad, productos para el periodo y otro apoyo para ayudar a que las niñas permanezcan en la escuela. Sabemos que cuando damos la oportunidad a las niñas, ellas la aprovechan **#LikeAGirl!**

Always: Más toallas, menos faltas

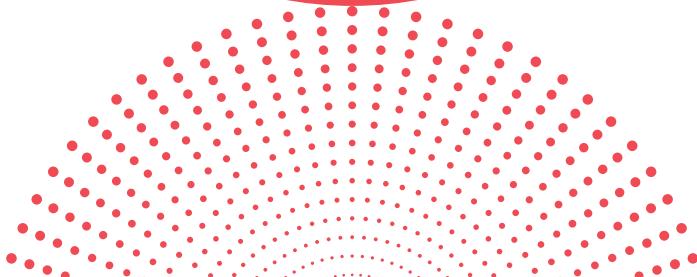
De igual forma en México, la falta de acceso a productos de higiene femenina, aunado a la falta de educación e infraestructura sanitaria, es una de las causas por las que las niñas faltan a la escuela, actividades sociales, culturales y deportivas, lo cual limita su confianza y potencial para ir más allá en la pubertad.

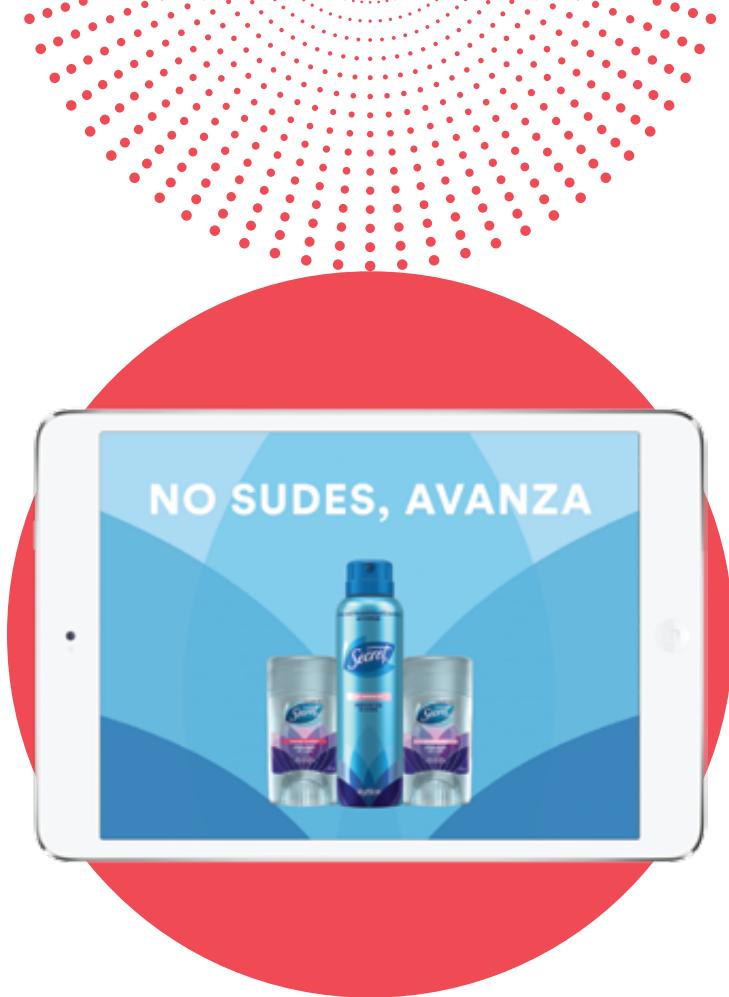
A través del movimiento **#MasToallasMenosFaltas**, Always México busca generar conciencia sobre la problemática en el país y entregar toallas femeninas a niñas mexicanas que lo necesitan para tratar de evitar que falten a la escuela y otras actividades durante su periodo.

Always trabaja con Save the Children para empoderar a las niñas mexicanas, promover la igualdad de género y apoyar a las niñas en su transición hacia la pubertad, por medio de una alianza estratégica que consta de tres componentes: proyecto de educación sobre la pubertad, **un donativo de más de 3 millones de toallas sanitarias** en Hidalgo, Ciudad de México, Mérida y Puebla y mejora de la condición e infraestructura de baños en algunas escuelas.

Asimismo, con el liderazgo de la organización **Fondo Unido – United Way México** se realizó la instalación participativa de baños secos en dos bachilleratos de zonas rurales en Oaxaca y dos baños más en Puebla. Gracias a estos proyectos, las niñas pueden manejar su periodo de forma adecuada y privada en la escuela en lugar de tener que regresar a casa o faltar a la escuela durante su periodo.

Este es solo el inicio del compromiso de Always para generar conciencia sobre la problemática, invitar a las personas a realizar acciones para ayudar y juntos evitar que las niñas falten a la escuela y a las actividades que desarrollan su confianza y potencial durante su periodo.





Influenciando la cultura a través de medios y publicidad

Entendemos la oportunidad que tenemos de influenciar la cultura a través de medios y publicidad – y creemos que la equidad en nuestros anuncios comienza con mayor equidad en la industria de la publicidad. Este año, promovimos nuestros esfuerzos incluyendo:

- **Movimiento #SeeHer** con Association of National Advertisers, el cual promueve una imagen acertada de mujeres y niñas
- **“Free the Work”**, que aspira a tener más mujeres y creadoras subrepresentadas involucradas en todos los aspectos del proceso creativo
- **#ShelsEqual Summit**, co-organizado con Global Citizen y Association of National Advertisers, para inspirar mayor acción para la equidad de género durante **UN General Assembly en Nueva York en 2018**

No sudas, avanza

La marca de desodorantes, **Secret**, entiende a la mujer en su día a día y sabe que enfrentarse a la sociedad es un reto constante que además de provocar estrés y tensión, se suma a los cientos de cambios corporales que una mujer vive a diario, por eso es el aliado perfecto, adaptándose a cada situación y brindando hasta 48 horas de protección personalizada contra el sudor, los cambios de temperatura y los ciclos hormonales, dando la seguridad necesaria para nada las haga sudar.

Secret, se ha caracterizado por celebrar y reconocer a las mujeres en diferentes aspectos de nuestra sociedad. Desde agosto del año pasado ha realizado esfuerzos continuos para representar a las mujeres mexicanas e impulsarlas a romper con las expectativas familiares sociales y profesionales, dejando atrás lo que la gente espera de ellas para avanzar sin dejar que nadie ni nada las detenga.

Inició con el movimiento #NoSudesAvanza, que invita a las mujeres a cuestionar las expectativas obsoletas y a promover la equidad de género. Este año, #NoSudesAvanza unió a mujeres mexicanas, que se muestran tal y como son en un video musical que confirma que se pueden romper los prejuicios sin sudar y que nada ni nadie puede frenarlas, demostrando al mundo que las mujeres son mucho más que lo que “deberían ser”.

Sé parte del movimiento y comparte el video con el hashtag #NoSudesAvanza.

Voces que inspiran

En colaboración con la organización **Vital Voices Global Partnership**, una ONG global que promueve el liderazgo de la mujer en la sociedad como un factor esencial de cambio y avance, lanzamos en América Latina el programa de becas #VocesQueInspiran. El proyecto tiene como principal objetivo impulsar el potencial de liderazgo de las mujeres jóvenes que desean promover un cambio positivo en sus comunidades, al avanzar y romper barreras, aumentando sus oportunidades, su capacidad de liderazgo, sus redes y los recursos de



VOCES
QUE INSPIRAN.

Estamos muy orgullosos de ser parte del camino y ayudar a inspirar voces en América Latina para construir su tribu.



financiación para empoderar a las mujeres jóvenes del mundo. Junto con Vital Voices y Secret estamos transformando lo que las personas ven como liderazgo en la región, creando un cambio sostenible y rompiendo las barreras de género en educación y oportunidades económicas. El grupo de 16 participantes de México, Brasil, Argentina, Panamá y Guatemala fueron sobresalientes, presentando proyectos diversos y de calidad desde derechos humanos hasta equidad de género y el combate a la deforestación. El programa celebró su primer hito con una reunión en Buenos Aires para reunir a las participantes de manera que pudieran discutir sus proyectos y darles entrenamiento en liderazgo, comunicación, planificación financiera y estratégica, así como oportunidades para establecer redes.

Después de la reunión presencial, las participantes podrán ser elegibles para obtener recursos para sus proyectos de impacto social. Adicionalmente, el programa les dará mentoría a través de la plataforma de mentores de Vital Voices con ejecutivos.

Contratación y Representación

En P&G, buscamos tener representación equitativa de hombres y mujeres en todos los niveles. Por ese motivo, es que realizamos esfuerzos desde la atracción de talento hasta políticas, beneficios y cultura incluyente para ambos géneros.

En este año, además de la búsqueda constante de diversidad de género buscamos atraer al mejor talento femenino a nuestra compañía y por eso realizamos dos esfuerzos exclusivos para motivar a las mujeres a sumarse a formar parte de P&G: Future Female Leaders y Women Automation Challenge respectivamente.

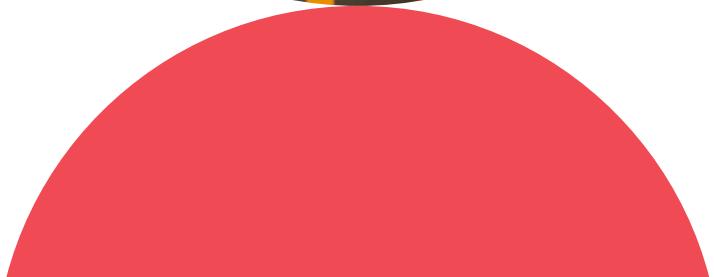
Women Automation Challenge: 38 estudiantes y recién egresadas fueron invitadas a un reto de un día en donde tuvieron la oportunidad de visitar nuestra Planta Vallejo, escuchando a nuestra gerente de planta, hacer networking, aprender nuevas metodologías para resolución de problemas, trabajar en un caso real de automatización y presentar su caso al grupo de liderazgo de la planta. Además, fue una oportunidad para las

ingenieras para conocer de que se trata una carrera en P&G y como pueden contribuir a mejorar la vida de los consumidores.

Future Female Leaders: P&G realizó 13 conferencias en 13 universidades diferentes en el país en las que algunas de nuestras ejecutivas exitosas de distintas áreas conversaron con el joven talento, buscando impulsar a las mujeres a aplicar a algunas de las posiciones que tenemos disponibles. Compartieron historias de carrera, casos de negocio que han tenido que resolver, su experiencia personal, las políticas y cultura de P&G, inspirando a más de 400 hombres y mujeres.

Rompiendo estereotipos

En octubre, **Planta Milenio** organizó un evento en la planta para jóvenes adolescentes que cursan secundaria. Durante esta visita, mujeres que forman parte del Equipo de Liderazgo colaboraron para mostrar cómo las mujeres desarrollan sus carreras en P&G y despertar en ellas el interés de continuar con sus estudios para poder más adelante ser ellas quienes tomen la batuta y sean las siguientes líderes en P&G, incluso en áreas o carreras que aún siguen siendo percibidas, erróneamente, como áreas a ser dirigidas o empleadas por hombres.







Sustentabilidad Ambiental

En P&G, la sustentabilidad ambiental está en la esencia de nuestra forma de hacer negocios. **Tenemos la responsabilidad de hacer un mundo mejor** – a través de los productos que creamos y el impacto positivo de nuestras marcas y la compañía en comunidades alrededor del mundo. Hemos establecido metas ambiciosas para minimizar nuestra huella ambiental, para innovar con los mejores y más seguros ingredientes de la ciencia y la naturaleza, y crear productos que generen para las personas en todas partes, el consumo responsable sea irresistible.

Ambiciones 2030

El 2019 marcó el primer aniversario del anuncio de nuestras metas de sustentabilidad.

Ambiciones 2030

Estas metas aumentan nuestra escala para permitir e inspirar el impacto positivo en el ambiente y los **5 mil millones de personas a los que llegan nuestras marcas cada día**.

Con estas metas, estamos enfocados en donde podemos hacer una mayor diferencia positiva– nuestras marcas, nuestra cadena de suministro, sociedad y empleados.

Las personas nos conocen por nuestras marcas, y usaremos su poder y el de nuestra innovación para deleitar a los consumidores e impulsar un impacto positivo. En nuestra cadena de suministro, reduciremos nuestra huella y promoveremos soluciones circulares. Podemos impactar a la sociedad al crear poderosas alianzas que permitan que las personas, el planeta y nuestro negocio prosperen. Esto incluye encontrar soluciones para que ninguno de nuestros empaques llegue a los océanos. Finalmente, aprovecharemos nuestro mejor recurso, nuestros empleados, ya que están

comprometidos y preparados para integrar la sustentabilidad en su trabajo diario y comunidades.



Marcas

Usar el poder de la innovación y nuestras marcas para deleitar a los consumidores e impulsar un impacto positivo.



Cadena de suministro

Reducir nuestra huella y promover soluciones circulares



Sociedad

Crear alianzas transformadoras que permitan prosperar a las personas, el planeta y nuestro negocio



Empleados

Involucrar y preparar a nuestros empleados para integrar un razonamiento y prácticas sustentables en su trabajo y comunidades

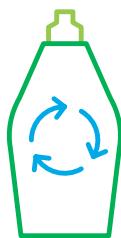
Marcas asumen consumo responsable

Nuestras marcas líderes están trabajando en programas innovadores para crear productos, soluciones y servicios que generen estilos de vida sostenibles, mientras continúan ofreciendo el valor y resultados superiores que los consumidores esperan de nuestras marcas.

El esquema de **Marca 2030** es nuestro siguiente paso hacia la meta de Ambición 2030 de **“100% de nuestras marcas líderes permitirán e inspirarán el consumo responsable”**. Nuestro nuevo criterio de Marca 2030 está integrado en el modelo de crecimiento de la compañía y está dirigido a impulsar un impacto positivo mientras crean valor para consumidores y nuestra compañía.

Salvo

Con el compromiso de ser parte de las marcas que formentan el consumo responsable, se introdujo **Salvo Pure** en México.



La nueva edición de Salvo está disponible en botellas hechas con **25% de plástico reciclado** post consumo (excepto la tapa y la etiqueta), no contiene colorantes añadidos y se produce en Planta Vallejo en la Ciudad de México que no envía residuos de manufactura a rellenos sanitarios.

Actualmente, todas las versiones de Salvo están hechas con surfactantes biodegradables que se descomponen de forma rápida en ambientes acuáticos y aeróbicos, en menos de 28 días, incluyendo el nuevo Salvo Pure.

Para el lanzamiento, la marca organizó una actividad con influencers comprometidos con el medio ambiente, en la que acudieron al Tepozteco, en Morelos a recolectar basura, con la finalidad de concientizar a las personas sobre el cuidado de nuestro planeta. Salvo invita a los mexicanos a ayudar a nuestro país consumiendo de manera responsable y reciclando.



El compromiso de Salvo con el medio ambiente continúa y la marca se ha planteado metas consistentes con la de P&G en materia ambiental ya que para 2030 busca alcanzar el **100% de reciclabilidad o reutilización en sus empaques**, producir con energía **100% renovable** y **reducir el 35% del consumo de agua** en producción.

Reduce, Reúsa y Recicla

Nuestra meta es tener empaques **100% reciclables o reusables para 2030**. En abril de 2019, elevamos este compromiso para reducir en 50% el uso global de plástico de petróleo virgen en nuestros empaques para 2030.

Esta es una ambiciosa meta que alcanzaremos a través de materiales livianos, incrementando el uso de plástico reciclado, dirigiendo la conversión a más formas de productos concentrados, y cuando tenga sentido, usar materiales alternativos. Estimamos que esto evitará el uso de más de **300,000 toneladas de plástico virgen**.

Probando empaques reutilizables

Loop, es una alianza con **TerraCycle**, es una plataforma global circular de compra diseñada para eliminar residuos. Usando el antiguo concepto del "lechero", los participantes compran una variedad de productos domésticos – incluidos Tide, Ariel, Cascade, Febreze y Pantene – en empaques durables y rellenables entregados convenientemente en su puerta. Una vez vacío, Loop recoge y lava el envase para ponerlo de vuelta en circulación para su reúso. Actualmente el programa se encuentra en París y Nueva York.

100%
de nuestros
empaques serán
reciclables o
reutilizables para
2030



Alianza para terminar con los residuos plásticos

La Alianza es la principal organización internacional impulsada por CEOs, enfocada en reunir a actores de la industria, gobierno, comunidades y sociedad civil en la lucha para terminar con los residuos plásticos.



Uniendo fuerzas para terminar con los residuos plásticos

En 2019, unimos fuerzas con más de 40 compañías que fabrican plástico, lo usan en sus productos y empaques, y aquellos que lo reciclan y administran los residuos para formar la **Alianza para Terminar con los Residuos Plásticos** (Alliance to end Plastic Waste). El CEO de P&G, David Taylor tomó el liderazgo como presidente de la nueva Alianza, una organización sin fines de lucro que planea invertir **\$1.5 mil millones de dólares en los siguientes 5 años** para ayudar en terminar con los residuos plásticos en el medio ambiente.

Investigaciones muestran que cerca del 80% del plástico en los océanos empieza como basura en la tierra, la gran mayoría llega al mar a través de uno de los diez principales ríos alrededor del mundo. Muchos de estos ríos corren en áreas densamente pobladas que carecen de la infraestructura adecuada para la recolección de residuos y reciclaje.

La Alianza está apoyando un conjunto de proyectos y acuerdos que se enfocan en soluciones en cuatro áreas centrales: **infraestructura, innovación, educación y limpieza**, con particular énfasis donde la necesidad es más urgente, en el sudeste de Asia.

Protegiendo agua para personas y naturaleza

La presión sobre los recursos hídricos está creciendo en muchas regiones y tiene el potencial de afectar a los proveedores, plantas de manufactura, las comunidades y consumidores a quienes servimos.



Ser responsables con el agua de la cual dependemos es crucial para el futuro de nuestro planeta.

Por lo tanto, sabemos que ser buenos administradores del agua es lo correcto y es fundamental para mejorar la resiliencia futura de nuestras operaciones y los mercados en los que operamos.

En todo el mundo e incluso dentro de los países, existe una mezcla diversa de paisajes, culturas, economías y climas que hacen que los problemas del agua sean complejos y exijan soluciones únicas para cada cuenca. La identificación de estas posibles soluciones requerirá una comprensión de la cuenca local y la colaboración con las partes interesadas pertinentes.

Impactando el Cambio Climático

P&G alcanzó una significativa meta de sustentabilidad 2020 antes de lo establecido. Estamos orgullosos de compartir que

Estamos comprando electricidad

100%

renovable en Estados Unidos, Canadá y Europa Occidental



Estos tres mercados están dentro de los más grandes y representan más del **70% de nuestra compra de electricidad**, representando un fuerte comienzo para la meta de P&G **Ambición 2030** de comprar electricidad 100% renovable globalmente.



Sustentabilidad Energética

Demostrando su compromiso y pasión por reducir su huella energética, **Planta Mariscala** de productos para el Cuidado del Cabello, ubicada en Apaseo el Grande, fue reconocida con el **primer lugar en Eficiencia Energética** en Empresas Industriales Grandes en el certamen del Premio de Sustentabilidad Energética Guanajuato 2019. De igual forma, Planta Milenio, dedicada a la fabricación de productos de afeitado, ubicada en Irapuato, recibió un reconocimiento energético. En P&G continuaremos trabajando para hacer nuestras operaciones más eficientes y amigables con el medio ambiente.



Industria Limpia

Orgullosamente, cuatro de nuestras plantas han alcanzado el **nivel II del Certificado Industria Limpia**, confirmando nuestro liderazgo en la reducción de nuestra huella ambiental. Este año, las Plantas Naucalpan, Tepeji y Milenio se sumaron a Alce Blanco en este gran logro. Asimismo, la Planta Vallejo y el Centro de Distribución San Martín Obispo tienen el mismo **Certificado, nivel I**.

Al obtener por primera vez este certificado nivel I, San Martín Obispo fue reconocido por sus pozos de infiltración que ayudan a recuperar el agua de lluvia para inyectarla a la cuenca y el manejo efectivo de residuos, su valorización y reciclaje. Nuestros procesos seguirán robusteciéndose para mejorar continuamente y llevar a todas nuestras plantas al nivel II.



Cerros Verdes

A principios de este año varios incendios afectaron zonas boscosas en Naucalpan de Juárez, México. Preocupados por esta situación y comprometidos con la protección de nuestras áreas verdes, voluntarios de Planta Alce Blanco asistieron a una brigada de reforestación en junio para poblar nuevamente de árboles al Cerro de Moctezuma, junto con otras empresas, sociedad civil y gobierno.



Progreso de metas ambientales 2020

Así como avanzamos en el marco de Ambiciones 2030, permanecemos también enfocados en cerrar nuestras metas 2020 anunciadas en 2010. Como se mencionó anteriormente, hemos logrado un avance significativo hacia estas metas, y reportaremos nuestro progreso final en el informe del próximo año. Puedes leer más acerca de estas metas y de nuestros esfuerzos Ambición 2030, en nuestro Informe de Ciudadanía Global disponible en www.pg.com/citizenship2019



CLIMA

Reducir la energía empleada en las instalaciones P&G en 20% por unidad de producción para 2020



Alcanzada – 21% de reducción por unidad de producción

Reducir el kilometraje de transportación de camiones en un 20% por unidad de producción



Alcanzada – kilometraje reducido por más de 25%

Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero absolutas en 30% para 2020



Hemos reducido emisiones de gas de efecto invernadero en un 25%

Garantizar que las plantas estén alimentadas en un 30% con energía renovable



13% de la energía es de fuentes renovables

Nota: las nuevas compras de electricidad renovable iniciadas en julio de 2019 serán incluidas en el informe del siguiente año, lo que contribuirá a superar esta meta

Garantizar que el 70% de las cargas de lavadora sean en ciclos de baja energía



Alcanzada – 70% de cargas son de baja energía

Implementar compromisos de aceite de palma

Continuamos avanzando en el progreso de nuestra estrategia de tres pilares: gestión de suministros, programa de pequeños productores e influencia en la industria

Lograr que el 100% de las fibras de madera utilizadas en nuestro papel/toallas y productos absorbentes sean certificados por terceras personas para el 2015



Alcanzada – 100% es certificada por terceros

Crear tecnologías para 2020 para sustituir las principales materias primas derivadas del petróleo con materiales renovables como lo permitan los costos y la escala



Hemos desarrollado la capacidad de sustituir nuestras principales materias primas derivadas de petróleo (resinas, agentes de limpieza y acrílatos) con materiales renovables



AGUA

Proveer a mil millones de personas con acceso a productos eficientes con el agua



Alcanzada – mil millones de personas con acceso a productos eficientes con el agua

Reducir el uso de agua en 20% por unidad de producción en nuestras plantas de manufactura con enfoque en la conservación en regiones con estrés hídrico



Alcanzado – 27% de reducción por unidad de producción



RESIDUOS

100% de cero residuos de manufactura a vertederos para 2020



92% de nuestras plantas de manufactura son Zero Manufacturing Waste to Landfill (ZMWTL)

Tener en nuestros empaques de papel 100% de contenido reciclado o contenido virgen certificado por terceros para 2020



99% del volumen reportado por nuestros proveedores fue reciclado o de contenido virgen certificado por terceros

Reducir empaques en un 20% por uso de consumidor



Hemos reducido empaques en aproximadamente 14% por uso de consumidor

Duplicar el uso de resinas recicladas en empaques de plástico



Usamos aproximadamente 45,100 toneladas métricas de resina post consumo (PCR por sus siglas en inglés) en nuestros empaques de plástico, colocándonos a un 73% del camino a nuestra meta

Garantizar que el 90% de los empaques de productos sea reciclable o que existan programas para crear la capacidad de reciclarlos



Hemos alcanzado el 88% y sostenemos grandes esfuerzos y continuos para incrementar el reciclaje

Integrar estudios piloto, tanto en el mundo desarrollado como en vías de desarrollo, para entender cómo eliminar los residuos sólidos enviados a vertederos o rellenos sanitarios.



Continuamos progresando al implementar una variedad de proyectos piloto con socios externos



Informe de Ciudadanía Corporativa 2019
HISTORIAS DE MÉXICO

© 2019 Procter & Gamble