



# HISTORIAS DE CIUDADANÍA P&G MÉXICO 2021



Este documento incluye elementos interactivos  
y se ve mejor en Adobe Acrobat o Reader.

**COMENZAR** 



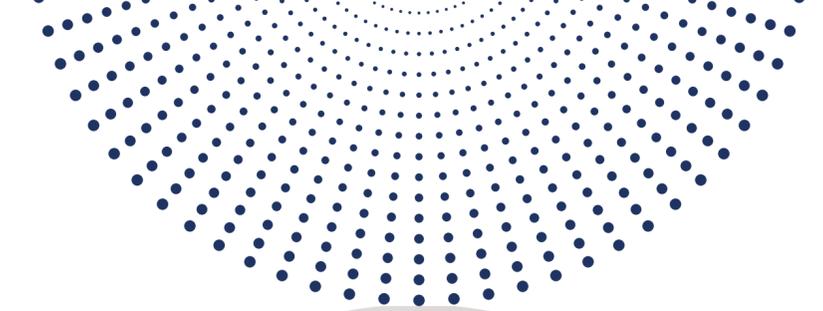
Es un honor para mí compartir con ustedes nuestras **“Historias de Ciudadanía” del año 2021**. En este documento se verán plasmados nuestros ideales por medio de acciones que demuestran nuestro compromiso para ser una fuerza para el bien y una fuerza para el crecimiento. Esta recopilación de historias resume algunas de las actividades y los programas que se llevaron a cabo, tanto a nivel global como en México, en los cuatro pilares que conforman nuestra **Ciudadanía Corporativa: Impacto Comunitario, Equidad e Inclusión, Sustentabilidad Ambiental y Ética y Responsabilidad Corporativa**.

Sabemos que aún hay camino por recorrer; sin embargo, nos sentimos orgullosos de que a través de la integración de principios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés) en nuestra estrategia a largo plazo podemos contribuir como empresa al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (ODS). Quisiera agradecer a nuestra gente y a nuestros aliados estratégicos, que han sido piezas clave en nuestra misión de ser una fuerza para el bien. Es gracias a su pasión y entrega que podemos hacer realidad todas estas historias.

Una vez más, nuestras acciones de **Impacto Comunitario** estuvieron en gran medida relacionadas a la contingencia generada por el COVID-19. Hemos continuado con el apoyo a personal de salud y a comunidades en la implementación de medidas de seguridad contra el contagio a través de donativos de Equipo de Protección Personal, pruebas PCR para la detección del virus SARS-CoV-2 y millones de productos de cuidado personal, limpieza y salud; además, continuamos apoyando a la educación con mejoras de infraestructura sanitaria y talleres sobre protocolos de higiene y proporcionando útiles escolares para disminuir la deserción escolar, así como algunas actividades para la reactivación económica.

De igual manera, considero que nuestra empresa es como una segunda casa para todos quienes formamos parte de ella, por lo que nuestro esfuerzo para crear una cultura que esté cada vez más regida por la **Equidad e Inclusión** es nuestro objetivo. De esta forma, seguiremos promoviéndola dentro y fuera de la compañía con políticas como la licencia de maternidad y paternidad equitativa para toda nuestra organización, con un estándar mínimo de 8 semanas totalmente remuneradas a todos los padres, ya sean padres biológicos, padres adoptivos, padres con parejas del mismo sexo y padres por subrogación.

Aspiramos a crear un mundo donde la equidad e inclusión sean alcanzables para todas las personas; donde el respeto y la inclusión sean los pilares de nuestra cultura; donde el acceso



**“Seguiremos sin duda un proceso de constante aprendizaje y mejora continua con el apoyo de todas nuestras organizaciones aliadas.”**

equitativo y la oportunidad de aprender, crecer, triunfar y prosperar estén disponibles para todas y todos. Somos únicos y actuamos unidos. Creemos en el poder de nuestras diferencias y el impacto que podemos tener cuando nos unimos por los mismos valores y propósitos.

Por otro lado, como compañía, hemos establecido objetivos ambiciosos en materia de **Sustentabilidad Ambiental**, liderando soluciones para ayudar a la industria y a los consumidores a reducir el impacto ambiental y por ello hemos invertido en innovación para un futuro más sostenible. Muestra de ello es que una vez más, nuestra planta de afeitado fue reconocida con el Premio Estatal de Eficiencia Energética de Guanajuato. Además, iniciamos operaciones con el Grupo Empresarial en Economía Circular (GEECI), para implementar y ejecutar el Plan de Economía Circular y Manejo de Residuos de empaques de la industria de cuidado personal y del hogar (CANIPEC) y continuamos haciendo intervenciones en nuestros empaques para asegurar su reciclabilidad e incorporar cada vez más plástico reciclado post consumo. Tenemos proyectos con objetivos sostenibles en nuestras seis plantas de manufactura y estamos reduciendo nuestra huella ambiental día tras día. Adquirimos energía limpia para nuestra operación y nuestras 6 plantas de manufactura en México envían cero residuos de fabricación a rellenos sanitarios desde el 2020. Este año nos comprometimos a ser carbono neutrales a lo largo de la década y “cero neto” en toda nuestra cadena de suministro global para el 2040.

La **Ética y Responsabilidad Corporativa** son la base de todo lo que hacemos en P&G, incluyendo nuestro trabajo de ciudadanía. Construir y mantener una empresa sólida durante más de 180 años ha sido posible gracias a que hemos mantenido nuestra ética, cumplimiento y altos estándares de calidad en todo lo que hacemos.

Trabajamos para que nuestras acciones tengan un impacto positivo en la vida de las personas, la sociedad y nuestro planeta, y no pensamos detenernos. Así como hemos logrado grandes cosas a lo largo de este año, hemos establecido también objetivos y metas a largo plazo, de manera que reiteramos nuestro compromiso con nuestra comunidad. Seguiremos sin duda un proceso de constante aprendizaje y mejora continua con el apoyo de todas nuestras organizaciones aliadas.

Agradezco y celebro con ustedes los logros alcanzados y los invito a que pensemos cada vez más de qué manera podemos convertirnos en esa fuerza para el bien y para el crecimiento que tanto anhelamos. Este compendio es tan sólo una muestra de quiénes somos y quiénes aspiramos a ser. Felicidades y muchas gracias a todos quienes forman parte de estas historias.

**-JUAN CARLOS TRUJILLO**  
Presidente y Director General P&G México.

## NOTA AL LECTOR

Este documento contiene elementos interactivos—use su cursor para dar clic y revelar información adicional. Algunas funciones pueden no ejecutarse en ciertos navegadores web, celulares o tablets.



# 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 y se casaron con las hermanas Norris; ahí fue donde unieron sus negocios. Desde sus inicios, ambos tenían **2 convicciones:**



**Que los productos de uso diario pudieran ser de la mejor calidad posible**



**Que el negocio se manejara a largo plazo 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 76 mil millones de dólares. Actualmente, mejoramos la vida diaria de casi 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: Always, Ariel, Dolo-Neurobión, Vick VapoRub, Downy, Gillette, Head & Shoulders, Pantene, Oral-B, Salvo y Sedalmerck, entre otras. Nuestro portafolio global se está organizado en 10 categorías de productos y en cada una de éstas categorías nos enfocamos en ofrecer una propuesta superior a los consumidores en términos de producto, empaque, comunicación y ejecución tanto en tienda como en línea, agregándoles valor a través de la innovación.

La innovación está en el ADN del modelo de negocio de P&G. Nuestra innovación empieza con el deseo 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 a nivel mundial**, 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.

# P&G en México

## 74 años mejorando tu día

La historia de P&G en México empezó en 1948, como la primera subsidiaria de la empresa en América Latina. Durante los siguientes años, la empresa introdujo marcas como Ariel y Salvo al mercado mexicano. A través del tiempo, P&G expandió su huella en México, convirtiéndose en un centro de producción y exportaciones clave, así como unos de los 10 mercados más importantes para la compañía.

En la actualidad, **empleamos alrededor de 6,500 personas, distribuidas en 6 plantas de manufactura, 2 centros de distribución, 1 oficina general y 2 oficinas comerciales\***. Además, tenemos 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 74 años, hemos mejorado la vida diaria de las familias mexicanas ofreciendo productos de calidad. Nos hemos posicionado como líderes (1er o 2do lugar) en 6 de las 7 categorías en las que participamos activamente: Cuidado del Cabello, Afeitado, Protección Femenina, Cuidado del Hogar, Cuidado Oral y Cuidado de la Salud.

Después de **74 años de operación en el país**, hoy seguimos comprometidos con seguir mejorando el día a día de las familias mexicanas a través de nuestras marcas y de nuestros esfuerzos de Ciudadanía Corporativa.



\*El número de empleos aproximados es al cierre de diciembre del 2021

# DANDO UN PASO AL FRENTE PARA SER UNA FUERZA PARA EL BIEN

Por generaciones, nos hemos unido para apoyar a los consumidores y a las comunidades en momentos de desafíos inesperados. Brindamos marcas en las que las personas confían para su salud e higiene personal, creando hogares saludables en México y en el mundo. A lo largo de la pandemia de COVID-19, hemos respondido al llamado para seguir generando más acciones de valor, bajo el seguimiento de **3 principios**:



**Mantenemos  
la seguridad  
de nuestros  
empleados**

- Las personas de P&G pueden trabajar con confianza, sabiendo que la compañía los respalda. Otorgamos un enfoque riguroso en la salud y la seguridad.
- Continuamente evaluamos y actualizamos las medidas robustas ya en vigor. Ayudamos a que nuestra gente se sienta segura en el trabajo, y en los casos en que es posible, permitimos que trabajen desde casa.
- Participamos en las Jornadas de Vacunación del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) Estado de México "Por la Salud de las y los trabajadores mexiquenses" otorgando una alternativa segura de vacunación a 795 empleados de nuestras plantas: Alce Blanco y Naucalpan, así como del Centro de Distribución y de las Oficinas Generales.



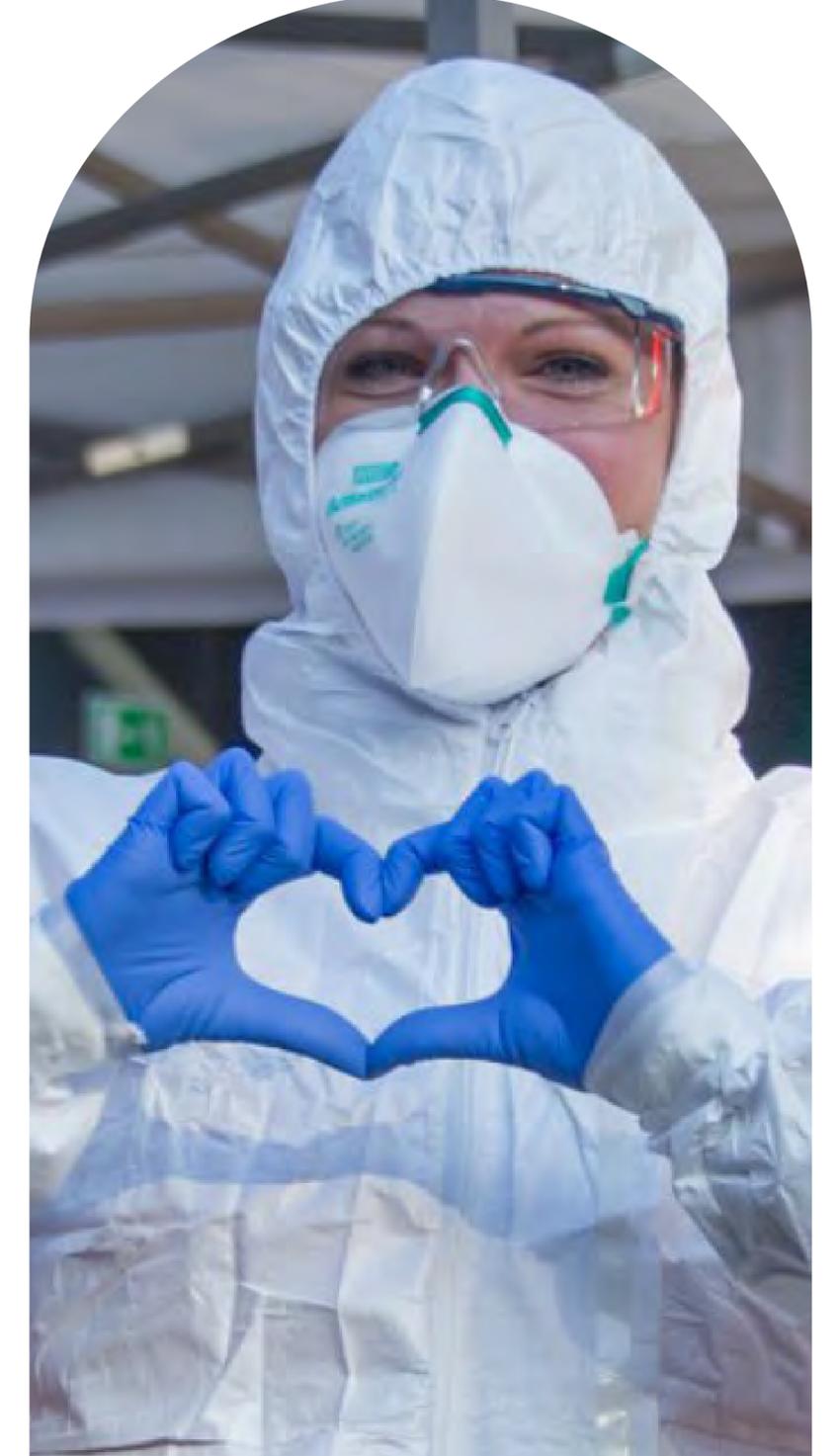
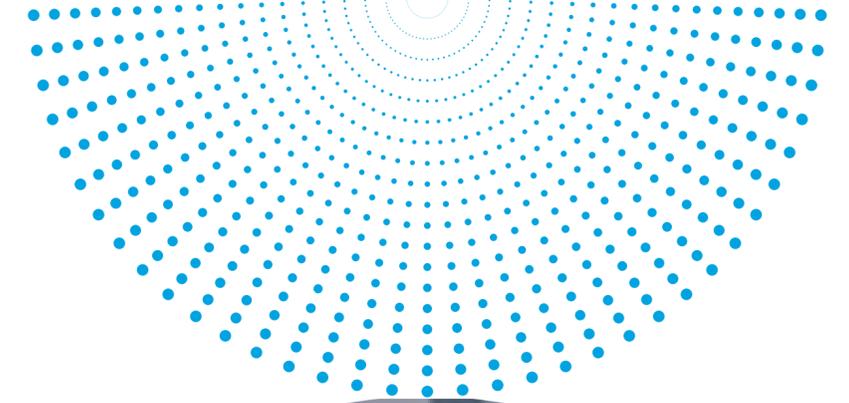
**Servimos a  
nuestros  
consumidores**

- Constantemente estamos buscando nuevas formas de ofrecer más productos, de acuerdo a las necesidades de los consumidores.
- Hemos utilizado nuestra experiencia en marketing y comunicación para alentar a los consumidores a seguir las medidas de salud pública, como el distanciamiento social y el uso de tapabocas, para ayudar a frenar la propagación del virus.
- A través de nuestras marcas, alzamos la voz para compartir mensajes importantes de seguridad, limpieza e higiene con los consumidores.



**Apoyamos a las  
comunidades**

- Donamos decenas de millones de dólares en efectivo, productos y apoyo en especie a individuos, familias y comunidades. Ayudamos a asegurar que tengan acceso a los elementos esenciales cotidianos que muchos de nosotros damos por sentado.



# Respuesta ante la pandemia por COVID-19

Sabemos que los productos de P&G, hoy más que nunca, pueden ser la diferencia para **2 grupos fundamentales**:



Para las personas y familias en **situación vulnerable**



Para los héroes sin capa, los **profesionales de la salud** que hoy están en la primera línea de defensa contra el COVID-19



A lo largo del año, ofrecimos los recursos necesarios para ayudar a mantener a nuestros empleados seguros y protegidos.

Además, proporcionamos a diferentes comunidades productos de muchas de las marcas que les permitieron cuidar su salud personal e higiene, así como para crear hogares saludables.

Desde el principio de la pandemia, donamos tanto productos como donaciones en especie y en efectivo para ayudar a las personas y comunidades que se ven más afectadas. Éstos son sólo algunos ejemplos más de cómo buscamos ser un apoyo en tiempos de necesidad.



**DA CLIC EN CADA MARCADOR PARA LEER MÁS**

**IMPACTO COMUNITARIO**



# IMPACTO COMUNITARIO

Los eventos recientes han ayudado a aclarar lo que importa. Nuestro papel como empresa no es sólo servir a los consumidores con los productos en los que confían para cuidar su salud e higiene personal y crear hogares saludables, sino también buscamos dar un paso al frente para ser una **fuerza para el bien en el mundo.**

Retribuir está arraigado en lo que somos como empresa. Desde hace más de **180 años a nivel global y 74 en México,** hemos servido a nuestras comunidades para ayudar a mejorar la vida al:



Trabajar con nuestros aliados para proporcionar agua limpia para beber



Cuidar de nuestras comunidades después de un desastre



Donativos de productos y económicos en tiempos de necesidad



Trabajar a través de nuestras marcas para hacer un impacto positivo

**Con estas acciones impactamos los siguientes ODS de la ONU:**





# JUNTOS SOMOS MEJORES

Uno de los principales aprendizajes de tiempos difíciles es la importancia de colaborar entre todos para ayudarnos.

Durante 2020 y 2021, vivimos diferentes desafíos, pero definitivamente “Juntos Somos Mejores” ha sido la campaña que más nos ha marcado cuando de ayudar se trata. Con eso en mente, es que por primera vez nos unimos con **Nestlé y Walmart de México y Centroamérica** para invitar a millones de familias mexicanas a sumarse a la causa para beneficiar a quienes lo necesitaban. Gracias a su participación, logramos llegar a la meta para entregar más de un millón de alimentos, productos de higiene y cuidado del hogar, que fueron distribuidos por la Red de Bancos de Alimentos de México (Red BAMX) a personas vulnerables de **11 estados de la República Mexicana**.

Sin duda, “Juntos Somos Mejores” representa el éxito de una gran alianza que unió a los mexicanos para ayudar a las familias que lo necesitaban en un contexto complejo, con miras hacia un mundo más sano, limpio y feliz.

*“Toda ayuda hace la diferencia, con este apoyo contribuimos para mejorar la calidad de vida de las familias con alimentos y productos indispensables para el día a día; estamos en un momento fundamental para poder salir adelante, juntos”.*  
- Ing. Federico González, Presidente de la Red de Bancos de Alimentos de México.

## CONSTRUYENDO ESPERANZAS



En conjunto con **Fondo Unido México y Caterpillar**, logramos impulsar la reactivación económica de

**50** PEQUEÑOS  
PRODUCTORES  
DE MINERAL

de la Reforma y Mineral del Monte, Hgo. por medio del fortalecimiento de habilidades personales, productivas y comerciales respecto a la producción avícola y la producción de hortalizas.

# AGUA LIMPIA PARA LOS NIÑOS

Hemos entregado **19 mil millones de litros de agua limpia** a través del programa Agua Limpia para los Niños en 93 países. Con esto, prevenimos infecciones y enfermedades como la cólera, la disentería, entre otras, y mejoramos su salud y calidad de vida.

MÁS INFO ↗



## AYUDA MANO A MANO DESPÚES DE HELADAS, INUNDACIONES Y HURACANES

Sabemos que nuestras marcas pueden hacer la diferencia en atención a **desastres provocados por fenómenos naturales**. Cuando llega el momento de iniciar la recuperación, el poder lavarse el cabello, usar una toalla femenina o lavarse los dientes, además de que le ayuda a las personas afectadas a preservar sus hábitos saludables en medio de la desgracia, puede brindarle a las familias la **sensación de hogar** y darles la fuerza para iniciar una nueva etapa hacia la recuperación.

Por eso, en 2021, a través de nuestro aliado **CADENA** y sus voluntarios, pudimos entregar **poco más de**

**140 mil**  
**productos de salud, higiene**  
**personal y limpieza**  
**a más de 70 mil**  
**personas**

que fueron afectadas durante las declaratorias de desastres naturales y crisis migratorias como las deportaciones masivas de Estados Unidos y las caravanas de migrantes que ingresaron al país; el Huracán Grace que afectó localidades de Veracruz y Puebla; lluvias atípicas en el norte del valle de México y en el estado de Hidalgo, y el huracán Pamela que afectó principalmente Nayarit.

## ARMADO DE KITS EN NUESTRAS PLANTAS DE HIDALGO Y GUANAJUATO

Gracias a la participación de **más de 200 voluntarios** de nuestras plantas en Guanajuato y Tepeji, durante el mes de noviembre pudimos armar 8,000 kits de emergencia con productos de P&G, los cuales fueron entregados a familias de Guanajuato e Hidalgo afectadas por las lluvias e inundaciones en alianza con Fondo Unido México.

## HIGIENE Y SANEAMIENTO CON HÁBITAT PARA LA HUMANIDAD

En alianza con **Hábitat para la Humanidad**, pudimos proporcionar **mejores condiciones sanitarias a 5 familias con alto grado de marginalidad** en Tonalá, Chiapas que no contaban con las instalaciones necesarias para garantizar su salud, o que las habían perdido a causa del terremoto de 2017.

La intervención incluyó la construcción o renovación del baño para incluir W.C, regadera y un área de lavado con tanque, además de un sistema de tratamiento de agua, acompañado de 4 meses de procesos socio-educativo del agua, saneamiento, higiene y cuidado del medio ambiente.



## REGRESO A CLASES CON ACE

Entendiendo que el inicio de un nuevo ciclo escolar puede ser desafiante para muchos padres de familia, nuestra marca de cuidado de la ropa Ace, decidió apoyar el regreso a clases en agosto del 2021.

Con la participación de miles de mexicanos que se sumaron a la causa, Ace hizo un donativo para entregar **1,634 kits** de útiles escolares a niños y niñas de 5 estados de la República en alianza con Fondo Unido México.



## NACER APRENDIENDO

**Fondo Unido México y P&G** suman esfuerzos con el objetivo de apoyar a padres, madres, cuidadores principales y docentes para brindar a las niñas y niños de nuestro país un mejor comienzo en la vida a través del programa Nacer Aprendiendo.

[MÁS INFO](#)



## APOYO A LA PRIMERA INFANCIA

Durante el año, nos dimos a la tarea de **intervenir escuelas**, de manera que cumplieran con los estándares requeridos a la hora de retomar clases presenciales. Gracias a esta colaboración con **Fondo Unido México**, se adoptaron 24 centros, por lo que se vieron beneficiados **2,289 niños y 190 maestros** y directores con mejoras de infraestructura.

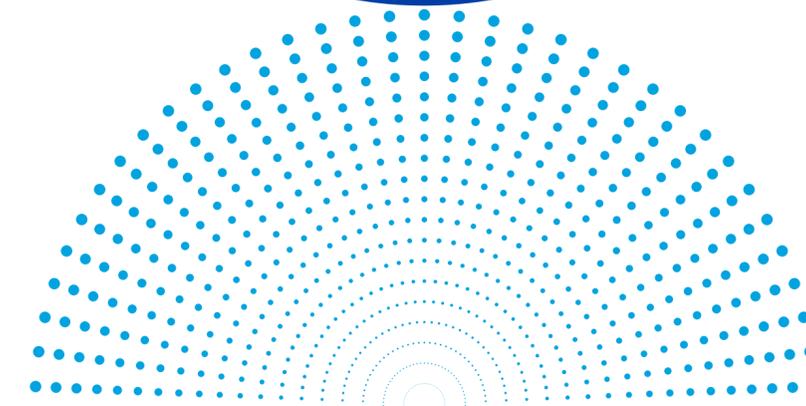
[MÁS INFO](#)



## INFANCIAS SALUDABLES, INFANCIAS FELICES

[MÁS INFO](#)

Uno de los programas de este año fue construir un modelo encaminado a **mejorar las condiciones de vida de infantes de 0 a 6 años** mediante intervenciones dirigidas a modificar sistemas de creencias comunitarios.



## NUESTRAS MARCAS HACIENDO LA DIFERENCIA

### GILLETTE Y LA SALUD DEL HOMBRE

**Gillette** apoya a los hombres para que luzcan, se sientan y sean su mejor versión cada día. Con eso en mente, es que nuestra marca de afeitado decidió sumarse a la detección oportuna del cáncer de próstata en alianza con la **Asociación Mexicana de Lucha Contra el Cáncer**.



**MÁS INFO** ➔

## H&S DONACIÓN DE TRENZAS

Por segundo año, con motivo de la lucha contra el cáncer de mama, **Head & Shoulders** y la actriz Yalitza Aparicio, en alianza con **Soriana Fundación**, mostraron su apoyo a las pacientes que atraviesan por momentos difíciles, recolectando trenzas para la creación de pelucas oncológicas.

**MÁS INFO** ➔



### EN PRO DE LA DETECCIÓN OPORTUNA DEL CÁNCER DE MAMA



Una vez más, nos unimos a **FUCAM** para apoyar la **detección oportuna del cáncer de mama** en México. Durante el mes de octubre, la unidad móvil de FUCAM realizó **196 mastografías gratuitas** a mujeres con el apoyo de P&G, cumpliendo todas las medidas sanitarias en instalaciones de nuestros aliados de La Comer.

## DÍA MUNDIAL DE LA SALUD BUCAL



En abril, con motivo del **Día Mundial de la Salud Bucal**, **Oral-B y Soriana Fundación** se aliaron para generar conciencia sobre la importancia de la higiene para lograr la salud bucal. Además, se realizó un donativo de **8,000 kits de cepillo y pasta de dientes** en conjunto con la **Red de Bancos de Alimentos en México (Red BAMX)**.

## JUNTOS POR LA SALUD



**Salvo**, junto con **Fundación HEB en la Comunidad y Fundación IMSS**, se unieron a la lucha contra la pandemia por COVID-19, creando la iniciativa Juntos Por La Salud. El proyecto consistió en ayudar a proteger a la primera línea de defensa en 8 hospitales a través del donativo de **33,398 artículos**, incluyendo cubrebocas KN95, overoles tipo Tyvek y oxímetros de pulso, además de productos de Salvo Ultra-limón.





# EQUIDAD E INCLUSIÓN

En P&G, aspiramos a crear una empresa y un mundo donde **la igualdad y la inclusión** sea alcanzable para todas las personas; donde el respeto y la inclusión son las piedras angulares de nuestra cultura; donde la equidad de acceso y oportunidades para **aprender, crecer, tener éxito y prosperar** estén disponibles para todos.

Siendo visibles en nuestras acciones y manteniéndonos anclados en nuestros compromisos con nuestra gente, a través de nuestras marcas y con nuestros socios comerciales o aliados, podemos seguir impulsando cambios importantes en todo el mundo.

**Con estas acciones, impactamos los siguientes ODS de la ONU:**



NUESTRO COMPROMISO CON LA PUBLICIDAD

PROGRESO EN EQUIDAD DE GÉNERO EN NUESTRA ORGANIZACIÓN ↗



# ESTAMOS COMPROMETIDOS CON ACCELERAR EL PROGRESO HACIA LA IGUALDAD DE GÉNERO EN CASA, EN EL TRABAJO Y EN LA SOCIEDAD.



Durante el **Foro Generación Igualdad de la ONU** en junio de 2021, compartimos tres compromisos a nivel global: Para el 2025, gastar 10 mil millones de dólares con empresas que sean propiedad de mujeres y que estén dirigidos por mujeres, asociarnos con **Promundo** para promover la igualdad de género involucrando a hombres y niños y, por último, retratar con precisión a todas las mujeres y las niñas a través de la publicidad de nuestras marcas y medios de comunicación.

[MÁS INFO](#) ↗

## INVENCIBLEMENTE FRESCAS



## CAMBIEMOS LO QUE HUELE MAL: MICROMACHISMOS

**Secret** reconoce que en México el tema de los “Micromachismos” no es micro y que es momento de seguir alzando la voz, **apoyando y celebrando a las mujeres** que están haciendo un cambio.

Con su campaña **“Cambiamos lo que huele mal”**, Secret reconoce a todas las mujeres valientes que están detectando estas actitudes y logrando un cambio positivo.

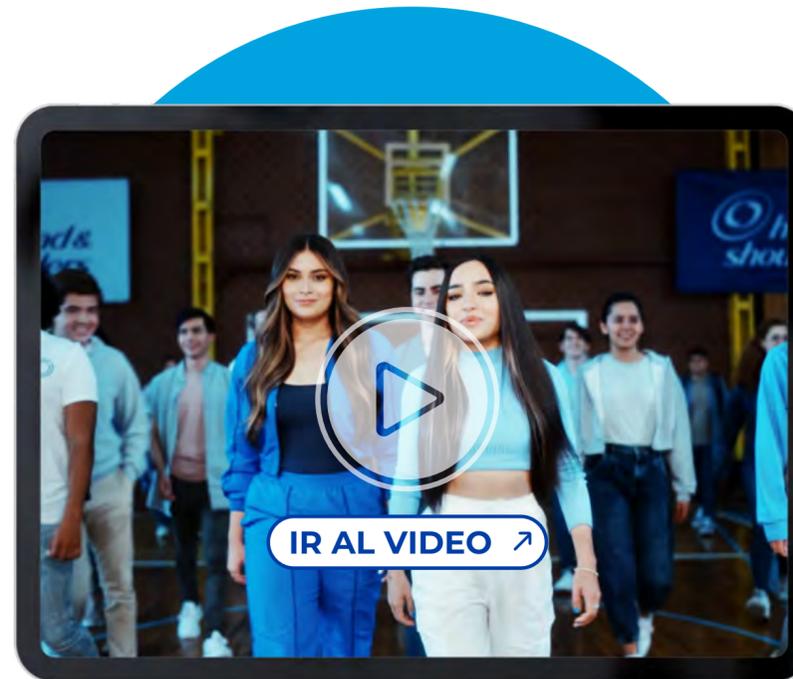
[MÁS INFO](#) ↗

# ACCIONES POR LA ACEPTACIÓN

## ANTIBULLYING H&S

**Head & Shoulders** se unió junto **con Fundación en Movimiento**, con el objetivo de que la caspa, el bullying y el ciberbullying no sean más un problema en la cabeza de los jóvenes, además de tratar de crear conciencia sobre la situación y la importancia de la inclusión.

Establecimos como objetivo atender a **116,640 adolescentes** de nivel bachillerato proporcionándoles herramientas para fortalecer su autoestima y promover la empatía digital, así como la oportunidad de dar 2,000 horas de psicoterapias a víctimas.



## LGBT+ ALLÁ DEL ARCOIRIS



Siguiendo nuestro compromiso con la diversidad y la equidad, así como la aspiración de crear una empresa y un mundo donde la **igualdad y la inclusión sean alcanzables para todos**, P&G se sumó con orgullo a la exposición temporal LGBT+ Allá del Arcoíris, realizada por el **Museo de Memoria y Tolerancia y Fondo Unido México**, que hace un llamado al entendimiento y a la convivencia armónica entre todas las personas.

## EDUCACIÓN PARA LAS ADOLESCENTES, UNA CONTRIBUCIÓN A LA IGUALDAD

Con los objetivos de disminuir la deserción escolar y el trabajo infantil de mujeres adolescentes de secundaria, mejorar el progreso académico en la emergencia sanitaria del COVID-19 donde no pueden ir a la escuela de manera presencial, y orientarlas en su proyecto de vida para la toma de decisiones fundamentales, apoyamos de la mano de **Fondo Unido México** y nuestra **marca Head & Shoulders** este programa, en el que **426 adolescentes** que están cursando la educación media en Puebla, Tlaxcala, Oaxaca e Hidalgo mediante la provisión de kits educativos que contenían entre otros materiales, tablets programadas con aplicaciones educativas, útiles escolares y juegos de mesa que favorezcan al aprendizaje.

Adicionalmente, se realizó la contratación de 50 servicios de internet para casos críticos con los que se haya confirmado una situación socioeconómica sin posibilidades de acceder a este servicio.



## CONSTRUYENDO IGUALDAD

Durante este año, continuamos trabajando en colaboración con **Save the Children** en la fase 2 de nuestro proyecto iniciado en el 2020 con el objetivo de **mejorar las normas de género** para niños y niñas en edad escolar en México.



MÁS INFO [➔](#)

## MÁS TOALLAS, MENOS FALTAS

En 2021, entregamos **1,284,000 toallas** a niñas y mujeres que las necesitaban en alianza con 9 organizaciones distintas.



*always*

# PATERNIDAD EXTENDIDA:

## LA IGUALDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO COMIENZA EN CASA

Porque creemos que el cuidado del hogar y a la familia no tiene género, nuestra nueva política global de licencia parental proporciona un **estándar mínimo de 8 semanas de licencia totalmente pagada** para todos los padres: padres biológicos, parejas domésticas, padres adoptivos y padres en parejas del mismo sexo, con seis semanas adicionales de licencia de recuperación física para madres de nacimiento. El objetivo es implementar esta nueva política **a nivel mundial para 2022.**

Nos sentimos sumamente orgullosos de que, en México, la nueva política se implementó a partir de diciembre de 2020.

[MÁS INFO](#) ↗

# VOCES QUE INSPIRAN

Con motivo del **Día Internacional de la Mujer, P&G, en alianza con WeConnect y Voces Vitales,** presentaron programas que buscan fomentar la equidad de género apoyando proyectos de **mujeres líderes.**

[MÁS INFO](#) ↗

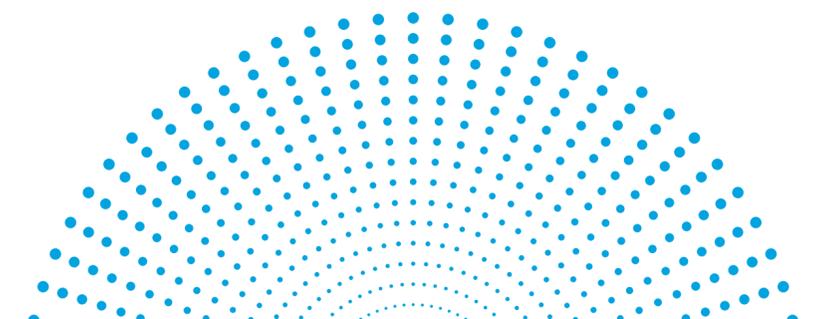


# PRIDE SKILL

P&G lanzó en México el movimiento **#PrideSkill**, con el objetivo de facilitar la búsqueda de trabajo para profesionales LGBTQ+ en LinkedIn y **fomentar la participación de todas las personas** al agregar Pride como una habilidad en su perfil profesional, logrando así que los reclutadores puedan encontrarlos más fácilmente.

**PRIDESKILL** 

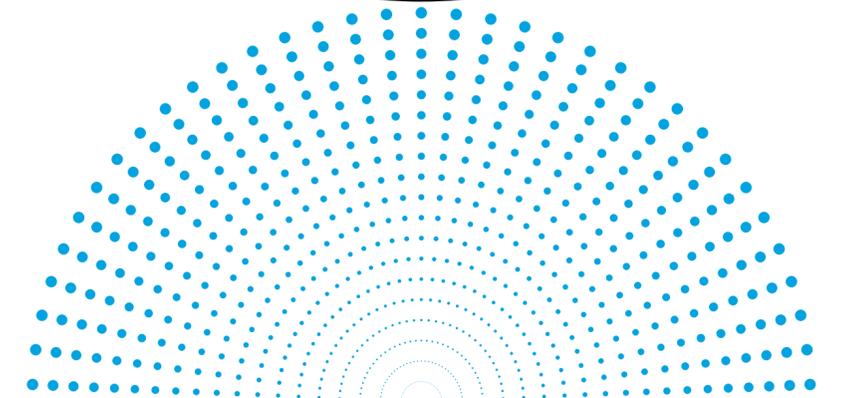
[MÁS INFO](#) ↗

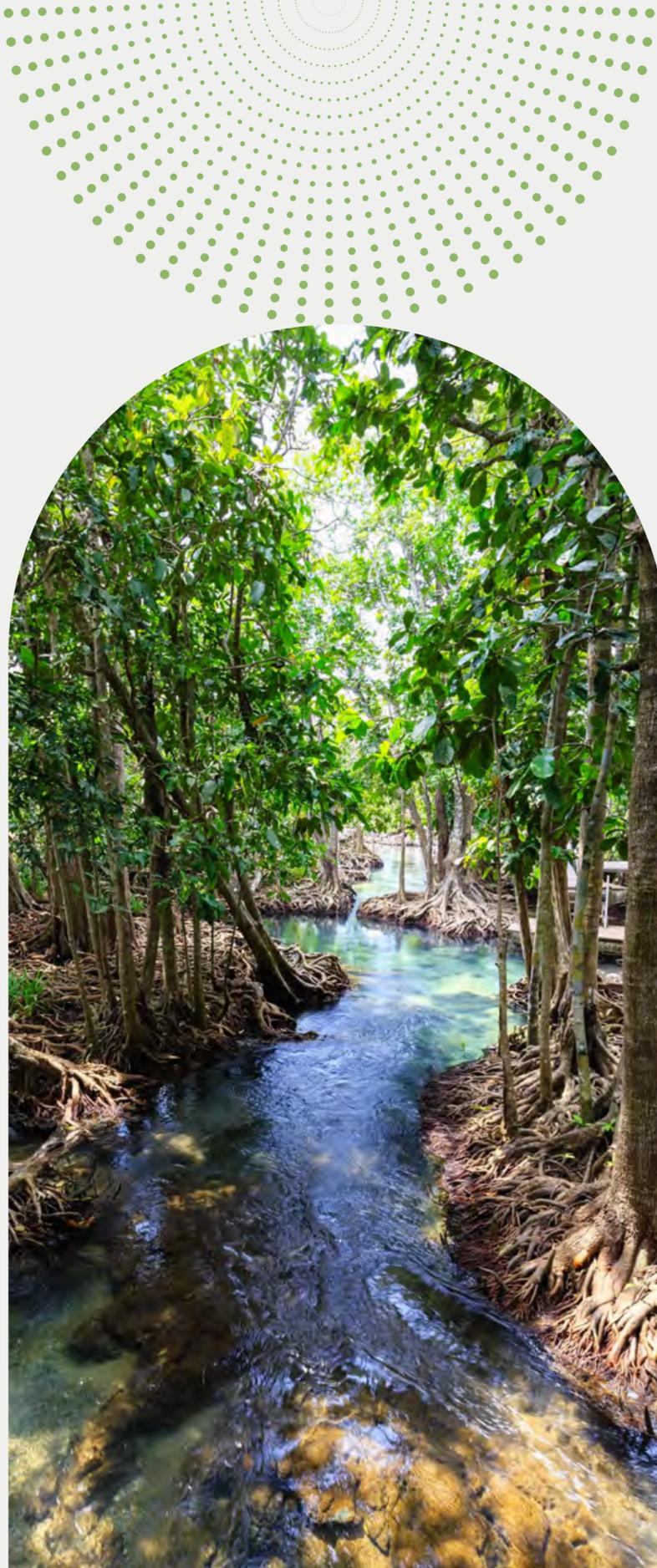


# P&G ES CONSIDERADA POR QUINTA OCASIÓN POR HRC COMO UNO DE LOS MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR PARA LA COMUNIDAD LGBT+

Por quinto año consecutivo, P&G México fue certificado como uno de los **“Mejores Lugares para Trabajar LGBT+”**, por la **Fundación Human Rights Campaign**, gracias a las políticas y prácticas realizadas por la compañía para promover un ambiente laboral inclusivo.

HRC evalúa que las prácticas de las empresas incluyan acciones como: Adopción de políticas de no discriminación LGBT+, la creación de grupos de recursos para trabajadores LGBT+ o consejos de diversidad e inclusión y la participación en actividades públicas para apoyar la inclusión LGBT.





# SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL

En P&G, la sustentabilidad ambiental está integrada en la forma en que operamos el negocio. Como empresa, tenemos una responsabilidad de mejorar el mundo. En P&G, tenemos el compromiso de crear un **impacto positivo en nuestros hogares, nuestras comunidades y nuestro planeta**, especialmente en las áreas **de cambio climático, silvicultura, agua, y empaques**. Nos enfocamos en desarrollar innovaciones y productos que ofrezcan un desempeño irresistiblemente superior de una manera sustentable.

Continuamos reduciendo nuestra huella y esforzándonos por lograr cada vez más circularidad en nuestra cadena de suministro. Estamos estableciendo alianzas con organizaciones para combatir, de manera conjunta, algunos de los problemas más desafiantes y complejos que enfrentamos hoy. Nuestros empleados están comprometidos a garantizar que la sustentabilidad esté incorporada en el trabajo diario. Juntos, podemos crear un futuro que proteja nuestro planeta y nuestra casa para las generaciones futuras.

**Con estas acciones, impactamos los siguientes ODS de la ONU:**



**Cambio Climático**



**Silvicultura**



**Agua**



**Empaque**

# NUESTRO PROGRESO

## AMBICIÓN 2030

Hoy, tenemos nuevas formas de medir el impacto de nuestras acciones, herramientas y tecnologías para calcular nuestro impacto en el medio ambiente, además de años de experiencia que nos ayudan a actualizar nuestro enfoque de gestión ambiental y evolucionar a ser **“ambientalmente sostenibles”**. En 2018, revisamos y enfocamos nuestra energía hacia 2030, estableciendo **nuevas metas globales** y la adopción de nuevas prácticas destinadas no sólo a reducir nuestra huella y conservar nuestros tan preciados recursos, sino también a ayudar a restaurar el mundo y dejarlo mejor de como lo encontramos.

[MÁS INFO](#) ↗



# NUESTRO PROGRESO



## SILVICULTURA

Utilizamos **pulpa 100% certificada** en nuestro portafolio de Cuidado de la Familia y logrará el 75% de certificación FSC, nuestra certificación preferida, para el 2022 con la ambición de alcanzar **100% FSC para 2030**.

Estamos comprometidos con el abastecimiento responsable de aceite de palma. Somos miembros de la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO) y estamos comprometidos a los Principios y Criterios (P&Cs) de 2018 de la RSPO. A partir de 2021, todas las marcas de consumo de P&G utilizan 100% aceite de palma certificado por RSPO.



## AGUA

Estamos contribuyendo para **conservar y restaurar agua** para las personas y la naturaleza. En 2020, comenzamos una asociación con **Bonneville Environmental Fundación (BEF) Business for Water Stewardship (BWS)**, programa a través del cual estamos financiando seis proyectos en el río Sacramento de California y cuencas fluviales americanas que aspiran a tener un plan a largo plazo y que buscan tener un impacto positivo en los ecosistemas de agua dulce y el suministro de agua para comunidades y empresas.



Estos proyectos, combinados, esperan restaurar más de tres mil millones de litros de agua para las personas y a la naturaleza. También, hemos aumentado la eficiencia del agua en nuestras operaciones en un 25% por unidad de producción y obtuvieron 3.100 millones de litros de agua de circulares.



Nos estamos asociando para restaurar  
**TRES MIL MILLONES**  
de litros de agua a las personas y a la naturaleza.

## AGUA CAPITAL

En 2019 nos aliamos con **Agua Capital** para abordar los desafíos específicos del agua de la Cuenca del Valle de México y contribuir a la seguridad hídrica de la Ciudad de México. Al día de hoy continuamos con esa alianza.

[MÁS INFO](#) ↗

## EMPAQUE

En 2021, el **73%** de nuestros empaques de consumo a nivel global son **reciclables o reutilizables**:



Seguimos trabajando  
hacia lograr que el

**100%**

de nuestros empaques  
sean reciclables o  
reutilizables.





# NUESTRO HOGAR

P&G y nuestras marcas se comprometen a usar nuestra **voz, alcance, innovación y**

## EXPERIENCIA

para hacer la sostenibilidad irresistible para todos.



## El 76%

de las personas quieren que las marcas que compran sean **ambientalmente conscientes.**



## El 71%

de la gente busca volverse cada vez **más sostenibles** con acciones en casa.

[MÁS INFO](#) ↗

Reinventamos el futuro del agua con la **Coalición 50 L** que pretende hacer que

## 50 LITROS

de uso diario de agua por persona se sientan como si fueran **500 litros** por medio de la innovación.

[MÁS INFO](#) ↗

# 50L

# ACUERDO NACIONAL DE PLÁSTICOS

Durante este año, continuamos con el acuerdo firmado desde 2019 en el cual nos comprometemos a **trabajar hacia eliminar los plásticos de un sólo uso** mediante la innovación y el rediseño, haciendo que todos los plásticos sean reusables, reciclables, compostables o aprovechables.

[MÁS INFO](#) ↗



## UNIDOS POR LA ECONOMÍA CIRCULAR

Para cumplir con los objetivos del **Acuerdo Nacional de Plásticos**, se fundó el **Grupo Empresarial en Economía Circular (GEECI)**, cuyo objetivo es implementar y ejecutar el Plan de Economía Circular y Manejo de Residuos de los envases y empaques de la industria de cuidado personal y del hogar (**CANIPEC**), mediante el desarrollo de estrategias y acciones dentro de un plan de manejo especializado, logrando con ello reducir la generación de residuos provenientes de los envases y empaques del sector.

P&G empezó a participar en Julio de 2021 y es una de las empresas fundadores. En los primeros 6 meses, se establecieron los lineamientos para la operación y, a partir de diciembre se comenzó a acopiar material para alcanzar los objetivos establecidos.



Grupo Empresarial  
en Economía Circular

## RECICLANDO HDPE CON DOWNY



En 2020, **Downy** amplió su línea de productos con Downy Nature y Downy Pure, cuya botella utiliza 25% de plástico reciclado postconsumo, perfumes con esencias naturales, un activo biodegradable y fórmula probada dermatológicamente.

Además, Downy se unió con **Ecolana**, la startup que está innovando el acceso al reciclaje en el país, para impulsar la sensibilización sobre el HDPE o polietileno de alta densidad y, por supuesto, ser parte del acercamiento entre las personas y los centros de acopio a los que podían llevar sus envases de este tipo de plástico a reciclar.

# NUESTRO PROGRESO

## CAMBIO CLIMÁTICO

Anunciamos una nueva meta global para lograr **cero emisiones netas de gases de efecto invernadero** en todas nuestras operaciones y cadena de suministro, desde la materia prima hasta las tiendas, **para el 2040**, así como objetivos provisionales para 2030 para tener un progreso significativo esta década.

[MÁS INFO](#) ↗



## SUSTENTABILIDAD EN PLANTA MILENIO



Como resultado de los esfuerzos de P&G por generar un cambio, una vez más, nuestra planta de producción de rastrillos y navajas para afeitar **Milenio** obtuvo este año **el Premio Estatal de Eficiencia Energética**.

Entre otros proyectos, fue detrás de la implementación de calentadores de agua solares y el reemplazo de luminarias por LEDs, además de que desde hace más de 5 años la planta se administra de electricidad eólica.

[MÁS INFO](#) ↗



## OFICINAS LEED

Nuestras **Oficinas Generales en Huxquilucan** fueron diseñadas con la innovación y sustentabilidad como prioridades.

Gracias a eso, logramos la **certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design)** categoría oro, otorgada por el **US Green Building Council-USGBC** a nivel global que determina la sustentabilidad de los proyectos, a través de documentos, estrategias ambientales y métricas.



# ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Por la experiencia construida a lo largo de casi **185 años**, sabemos que un negocio sólido depende de mantener una ética sólida y un estricto cumplimiento de los estándares de calidad.

Es igualmente cierto que para que nuestro trabajo de ciudadanía sea verdaderamente impactante, debe ser firme, permaneciendo siempre arraigado a nuestro propósito, valores y principios (PVPs).

Sin embargo, lo más crítico es que nuestros PVPs y las normas cobren vida, formando la base a través de la cual nuestra organización los ponen en acción, y contribuyen día a día con su trabajo para **mejorar la vida de los consumidores**. En P&G, atendemos a casi **cinco mil millones de personas alrededor del mundo** con nuestras marcas. Tenemos operaciones en cerca de 70 países y tenemos uno de los portafolios más fuertes de confianza, de calidad y de liderazgo en marcas. A medida que servimos a los consumidores del mundo, creemos en hacer lo correcto y nos hemos comprometido públicamente a ser buenos ciudadanos corporativos. Estas prácticas no ocurren a través de suerte, sino que suceden como consecuencia de nuestras reflexiones y acciones, las cuales van desde el diseño de nuestra estructura organizacional hasta la cultura que se fomenta dentro de la empresa.

Nuestro **compromiso diario** con el liderazgo y la disciplina operativa, que impacta cada acción y decisión que nuestros colaboradores toman — de la calidad de abastecimiento, materias primas seguras que se producen éticamente para producir bienes que prioricen la seguridad del producto, transparencia y bienestar del consumidor—requieren que seamos reflexivos sobre las comunidades y partes interesadas con las que trabajamos e impactamos. En última instancia, nuestro enfoque de liderazgo en ética y responsabilidad corporativa es nuestro compromiso para ganarnos su confianza todos los días.

**Con estas acciones impactamos  
los siguientes ODS de la ONU:**



[IR AL LINK](#) →



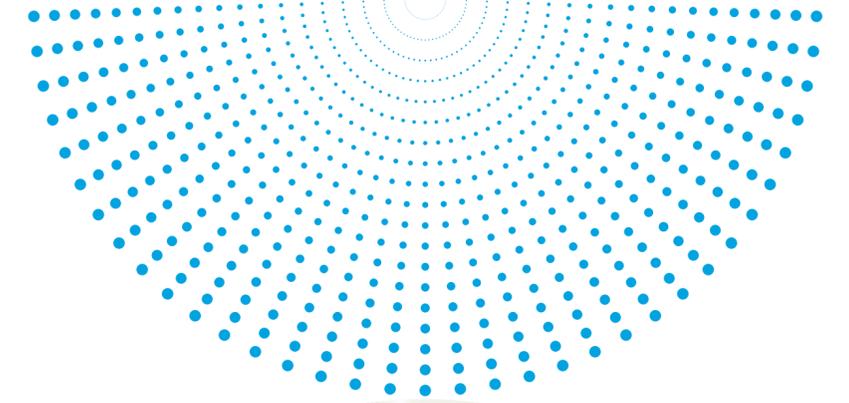


# ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

## DISTINTIVO COSMEP

En P&G México, nos apegamos al **Código de Autorregulación y Ética Publicitaria de Productos Cosméticos y de Aseo Doméstico (COSMEP)**.

Las empresas adherentes hemos trabajado para que el Código COSMEP y su reglamento se fortalezcan con el objetivo de concientizar a las autoridades sobre el valor agregado que brindamos, al difundir una publicidad responsable y evidenciar el compromiso y la labor que las empresas autorreguladas realizamos.



# ACTUEMOS UNIDOS

Guiados por la compasión que tenemos el uno por el otro, nos comprometimos a hacer **2,021 “buenas acciones” este año** para nuestras comunidades, por la igualdad y por el planeta al que llamamos hogar. Hemos cumplido este objetivo, y las historias contenidas en este informe son tan sólo una parte del trabajo continuo que estamos haciendo con muchos de nuestros socios en diferentes lugares del mundo.

[MÁS INFO](#) ↗

Como muestra nuestro video 'Emociones', nacemos con ocho emociones y la más importante de ellas es el amor.



# SOBRE NUESTRAS HISTORIAS DE CIUDADANÍA

Este resumen comparte algunos ejemplos de las actividades llevadas a cabo **por todos quienes forman parte de la compañía de P&G a nivel global y en particular en México**, así como todos nuestros aliados.

Para más información de las acciones de P&G a nivel global, visita el siguiente link:

[IR AL LINK](#) ↗

⏪ **VOLVER AL INICIO**

**P&G**

