RESUMEN DE
CIUDADANÍA CORPORATIVA ESPAÑA Y PORTUGAL

JULIO 2021 - JUNIO 2022

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

CARTA DE LA DIRECTORA

Otro año más os comparto el resumen de nuestro trabajo en Ciudadanía Corporativa en España y Portugal donde veréis reflejados los resultados de nuestras actividades por las personas y en el planeta.

Desde aquí quiero reconocer la labor de todas las personas que forman parte de la familia de P&G Iberia que, una vez más, han demostrado su compromiso con el crecimiento y con la idea de mejorar el mundo, un poco, cada día.

En P&G marcar la diferencia es ampliar la superioridad de nuestra oferta de productos, promover el crecimiento de las categorías en las que operamos y trabajar por el clima según las directrices marcadas por la ciencia, procurando así la disminución de los residuos y la optimización del uso del agua, dando herramientas a los consumidores para ser partícipes en la reducción de su huella. Asimismo, hemos reducido el consumo eléctrico un 36% en nuestras oficinas de Madrid y un 23% en las de Lisboa y, además, hemos conseguido NET ZERO GEI en la planta en Jijona.

Cuestiones como diversidad, educación, igualdad de oportunidades, capacidad de innovación son responsabilidad de todos. Y desde P&G nos sentimos en la obligación de usar la voz de nuestras marcas para crear valor y contribuir a una sociedad más justa, más sostenible y feliz. En 2022 tenemos más ejemplos de los que caben en esta carta, pero mencionaré uno que nos produce una especial satisfacción: cumplimos 15 años de colaboración entre Ausonia y la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), a través de la cual hemos donado más de 2 millones de euros a la investigación contra el cáncer de mama y que refleja nuestro compromiso con causas que son de todos. No lo hemos hecho solos. Gracias a nuestros socios de la distribución sin cuyo apoyo no hubiéramos llegado hasta aquí.

En 2022 nos hemos enfrentado a emergencias como el volcán de Cumbre Vieja o el conflicto en Ucrania. Desde las oficinas de Madrid, Lisboa y Mataró, al igual que desde las fábricas en Jijona y Mequinenza, las personas de P&G, junto con las organizaciones con las que colaboramos, se volcaron para poner en marcha programas de donación de nuestros productos, así como aportaciones económicas allí donde eran necesarias.

La ética y la responsabilidad corporativa son la base de todo lo que hacemos en P&G y de todos los que trabajamos en P&G. Hemos aprendido mucho en los últimos dos años, sobre todo el valor de estar juntos. Y es precisamente así, juntos, como nos enfrentamos a 2023. Con ganas de aprender, de crecer y de seguir marcando la diferencia para los que cada día confían en nuestras marcas.

Gracias a todos.

VANESSA PRATS
Vicepresidenta ejecutiva y directora general de P&G

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

Trabajamos cada día por ser un motor de crecimiento y por generar un impacto positivo allí donde estamos presentes. Esto no supone solo servir a nuestros consumidores a través de nuestras marcas, sino también, estar a su lado cuando nuestros productos y nuestra ayuda son más necesarios que nunca.

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

PARA TODO EL MUNDO

MILLONES DE LITROS DE AGUA LIMPIA

En 2004 pusimos en marcha, a nivel global, el programa 'Agua limpia para los niños', a través del cual trabajamos con ONGs de todo el mundo para distribuir nuestros sobres purificadores a familias y comunidades sin acceso al agua potable. Con el apoyo de más de 150 socios globales, hemos llevado más de 20.000 millones de litros de agua potable (una cantidad superior a 7.600 piscinas olímpicas) a más de 90 países.

Gracias a esta iniciativa, estamos ayudando a que el agua potable sea una realidad para quienes la necesitan y seguimos en el camino correcto para conseguir nuestro objetivo en 2025: 25.000 millones de agua limpia.

Llevamos más de

20.000 M

de litros de agua potable a más de 90 países

SOLIDARIDAD CON EL PUEBLO UCRANIANO

Ante la crisis humanitaria provocada por el conflicto armado en Ucrania, P&G se movilizó y solidarizó con el pueblo ucraniano desde las diferentes oficinas y centros en el mundo. En España, colaboramos con Save The Children para atender a los niños y familias que llegaban a las fronteras en los primeros momentos del conflicto, a través de la donación de kits de productos (pañales, higiene femenina o de cuidado personal), ofreciendo refugio o apoyo para cubrir sus necesidades básicas. Además, trabajamos en equipo desde las oficinas de Madrid, Mataró y las plantas de Jijona y Mequinenza para poner en marcha un programa de donación de nuestros productos para ayudar, no solo a los refugiados ucranianos en las fronteras sino también a los que llegaban a nuestro país. Por último, tanto los compañeros de Portugal como los de España se movilizaron a través de recogidas solidarias en los centros de trabajo de artículos de limpieza del hogar, ropa, alimentos, etc. Toda esta ayuda llegó a quienes más lo necesitaban gracias a la colaboración de organizaciones como Cruz Roja, Fundación Valora, Fundación La Nau o EntrAjuda.

JUNTO A QUIENES CUIDAN A LOS DEMÁS

LIDERANDO CON AMOR

A cierre de 2021 pusimos el broche final a 'LeadWithLove', la campaña global a través de la que nos comprometimos a realizar acciones por el bien común en todo el mundo. En España, desarrollamos 21 proyectos con una repercusión directa tanto en la comunidad como en la sostenibilidad ambiental y en la igualdad e inclusión. Nos comprometimos, además, a realizar un proyecto '+1', el número 22, que fuera propuesto y elegido por nuestros empleados: la erupción del volcán Cumbre Vieja en La Palma y sus consecuencias dejaron claro que nuestros esfuerzos irían dirigidos a ayudar a la isla y su gente.

Con este objetivo, unimos nuestros esfuerzos a los de Cruz Roja Española y Emergencias Emercam, de la mano de Fundación Valora, y activamos un plan que consistió, por un lado, en una dotación económica destinada a la población local y, por otro, la donación de productos de limpieza e higiene y de cuidado del bebé.

Ayudamos a la población afectada por la erupción del volcán Cumbre Vieja en La Palma

COMBATIMOS EL ABANDONO ESCOLAR

Por quinto año colaboramos con Save the Children, a través de la iniciativa 'Cambia su futuro con un clic', para dar apoyo integral a menores en situación de riesgo de exclusión social. El objetivo es colaborar en la reducción del abandono escolar prematuro en España, además de incrementar las habilidades sociales de los participantes. Con este proyecto, ayudamos, además, a disminuir las desigualdades y brechas educativas del país. Hasta el momento hemos donado un total de 2,7 millones de minutos de refuerzo educativo, de los cuales 600.000 corresponden a esta última edición.

PEQUEÑOS LOGROS DIARIOS

Desde 'Próxima a ti', junto a la Fundación United Way, hemos colaborado en 2022 con el Centro de Atención Temprana APADIS, que presta servicios de apoyo a más de 700 personas con discapacidad intelectual a través de casi 200 profesionales y numerosos voluntarios. Para contribuir a su causa, realizamos una aportación económica que permitirá a la organización obtener 125 sesiones de terapia que beneficiará a muchos niños y niñas con discapacidad o riesgo de padecerla.

United Way

United Way España

MARCAS CON IMPACTO

AUSONIA: SUMAMOS MINUTOS CONTRA EL CÁNCER DE MAMA

Nuestra marca Ausonia se ha vuelto a unir a la Asociación Española Contra el Cáncer para financiar proyectos de investigación contra el cáncer de mama. Gracias al esfuerzo de muchas personas, Ausonia ha destinado más de dos millones de euros a este propósito. En esta ocasión, la diseñadora Ana Locking creó un reloj que destaca la importancia de sumar minutos y poder, poco a poco, ganar la batalla a esta enfermedad. Reconocidas figuras del panorama nacional prestaron su imagen para llevar un mensaje cargado de optimismo a estas mujeres luchadoras.

La gran novedad fue la puesta en marcha de #VoluntariasdeMinutos, a través de la cual se pidió a las mujeres compartir un vídeo sobre la importancia de apoyar la investigación. Por cada vídeo compartido, Ausonia financió un minuto de investigación. Así, no solo se sumaron minutos por cada envase de compresas vendido, sino también por cada vídeo.

Colaboramos, también, desde Portugal en asociación con la 'Liga Portuguesa contra o Cancro' y aportamos a la causa 2 minutos de investigación por cada pack comprado.

DODOT: JUNTO A LOS PEQUEÑOS LUCHADORES

El compromiso de nuestra marca Dodot con el bienestar de los más pequeños es muy fuerte y de ahí nació el proyecto #PequeñosLuchadores cuyo objetivo es la donación de pañales adaptados para los bebés prematuros. Desde 2018, ya hemos entregado 380.000 pañales a 80 hospitales de toda España.

Además, junto con APREM (Asociación de Padres de Niños Prematuros) se ha dado voz a los padres que viven esta experiencia, el 70% de los cuales afirma que proyectos como este son muy necesarios.

Ya hemos entregado

380.000

pañales adaptados a bebés prematuros a 80 hospitales de toda España

H&S: STOP BULLYING

Desde h&s hemos puesto en marcha, tanto en España como en Portugal, la campaña 'Stop bullying' para ayudar a frenar el acoso escolar, animando a alumnos, padres y profesores a tomar un papel activo ante estas situaciones y poder prevenirlas. De esta forma, hemos desarrollado cuatro iniciativas: un programa de educación en colegios destinado a docentes, familias y alumnado; la publicación de un folleto que explica los cambios hormonales y la caspa como un signo habitual a cierta edad; la movilización en RRSS para animar a compartir el vídeo de campaña; y píldoras informativas para sensibilizar ante una situación de acoso escolar.

GILLETTE: POR LA SALUD MASCULINA

Gillette y Movember Foundation buscan normalizar la conversación sobre la salud masculina, y en concreto sobre el cáncer de próstata, una enfermedad que se diagnostica en 34.613 varones al año en España y es el tumor más detectado en Europa.

Con este objetivo, activamos una campaña destinada a animar a los hombres a dejarse bigote para iniciar un debate en la opinión pública sobre la salud masculina. Asimismo, cada venta de los productos de Gillette y King C. Gillette durante el mes de noviembre se transformó en una ayuda para contribuir a la salud de los hombres.

Gillette
MOVEMBER®

Desde Portugal contribuimos a esta misma causa a través de nuestra asociación con la 'Liga Portuguesa contra o Cancro', donando 1 minuto de investigación para el cáncer de próstata por cada pack comprado.

ORAL-B: PROMOVIENDO LA SALUD BUCODENTAL

Desde Portugal, hemos participado junto a la ONG Mundo A Sorrir en una campaña solidaria destinada a recaudar fondos para mejorar la salud bucodental de personas en situación de vulnerabilidad socioeconómica. Así, por la compra de un cepillo de dientes eléctrico o un pack de recarga de Oral-B, colaboramos en la financiación de proyectos en Portugal y Santo Tomé y Príncipe (África).

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

IGUALDAD E INCLUSIÓN

En P&G creemos en el poder de nuestra diversidad y en el impacto que somos capaces de generar cuando trabajamos juntos, unidos por unos valores y un propósito común. Aspiramos a crear una compañía y un mundo donde la igualdad de oportunidades y la inclusión sean alcanzables para todos, y donde nuestros empleados sean un fiel reflejo de la diversidad que caracteriza al mundo. Haciendo visibles nuestras acciones y nuestros compromisos con nuestros empleados, a través de nuestras marcas y con nuestros socios, seguimos colaborando para promover la equidad tanto en nuestra industria como en la sociedad en general para, juntos, crear un mundo mejor para todos.

CELEBRAMOS LA IGUALDAD Y LA INCLUSIÓN

Estamos comprometidos con promover una organización diversa e inclusiva en la que los empleados puedan desarrollar su máximo potencial siendo ellos mismos.

Por ello, en marzo celebramos el Mes de la Igualdad y la Inclusión, un programa de actividades internas destinado a brindar a todos la oportunidad de conectar entre sí, celebrando la extraordinaria diversidad de nuestra organización. Si bien es algo en lo que trabajamos cada día, ponemos un énfasis particular en nuestros esfuerzos durante el mes de marzo, asegurando que todos los empleados puedan conectar y ampliar su propio conocimiento y comprensión de estos valores.

31
NACIONALIDADES

MARZO

OFICINAS

PLANTAS

Nuestras aspiraciones en el ámbito de la igualdad y de la inclusión son altas y significativas. De hecho, estamos haciendo grandes progresos en esta materia, aunque somos conscientes de que es necesario seguir dando nuevos pasos.

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

UNA CULTURA DE INCLUSIÓN

Como organización, creemos firmemente que crear una cultura interna de inclusión es la base para conseguir, entre todos, un cambio externamente. Por eso, trabajamos cada día, dentro y fuera de P&G, para conseguirlo.

VISIBILIDAD LGTBIQ+

Pertenecemos a REDI (Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBTIQ+) que es el primer ecosistema de empresas y profesionales en España que trabaja para fomentar entornos laborales seguros y respetuosos con todas las personas, independientemente de su identidad, expresión de género u orientación sexual.

UN MUNDO EN EL QUE CABEMOS TODOS

Queremos un mundo más inclusivo para todos, lo que incluye a las personas con discapacidades visibles e invisibles. En esta línea, hemos desarrollado el programa 'Abilities to Win' destinado a sumar talento gracias al trabajo conjunto con dos de nuestros colaboradores en selección de personal: Fundación Randstad y Fundación Universia. Con su ayuda, nuestros empleados han sido formados para entrevistar a profesionales con discapacidad evitando sesgos inconscientes.

En esta misma línea, hemos celebrado una sesión llamada 'People with Disabilities Challenge', en la que muchos de nuestros empleados pudieron ponerse en la piel de las personas con discapacidad. Este tipo de iniciativas nos ayudan a sensibilizar y fomentar la diversidad, igualdad e inclusión en el puesto de trabajo, independientemente de las capacidades físicas o mentales.

PUBLICIDAD ACCESIBLE

Seguimos consolidando nuestro compromiso con la accesibilidad a través de la publicidad inclusiva, que iniciamos en 2018 con el lanzamiento del primer anuncio publicitario adaptado a personas con discapacidad auditiva y visual en España que, actualmente, se ha hecho extensivo a casi la totalidad de nuestras marcas, suponiendo un 80% de anuncios subtitulados y un 37% con audio descripción.

En este sentido, en Portugal, hemos puesto en marcha un proyecto destinado a mejorar la accesibilidad en los medios, siendo la primera empresa del país en hacerlo. Tenemos la intención de que este sea solo un primer paso y queremos motivar a la industria para que vaya en esta misma dirección.

Un **80%** de nuestros anuncios está subtitulado y un **37%** dispone de audio descripción

MARCAS CON UNA VOZ COMPROMETIDA

A través de nuestras marcas desafiamos los prejuicios, promovemos la inclusión y le damos voz a quienes necesitan ser escuchados.

OLAY: APOYAMOS A LAS MUJERES EN LA CIENCIA

Bajo la premisa de construir un mundo donde la igualdad sea una realidad para todos, Olay lanzó una edición limitada de su icónica crema Olay Regenerist, en colaboración con la diseñadora Linda Baritski, apoyando a las mujeres en la ciencia para romper los estereotipos STEM y promover la presencia de mujeres en estas carreras donde actualmente no se ven suficientemente representadas. En España, además, apoyó a la asociación Creática a través de la Fundación United Way, para potenciar su trabajo de reducir la brecha digital de género, empoderar a las niñas en la tecnología y apoyarlas a superar estas limitaciones a través de iniciativas innovadoras.

EVAX: UNA INSPIRACIÓN PARA LAS NIÑAS

Evax y la Fundación Inspiring Girls colaboran con el objetivo de aumentar la visibilidad de modelos y roles femeninos en las diferentes profesiones para fomentar la autoestima y la ambición profesional de las niñas en edad escolar. Así, desde 2018, Evax ha logrado inspirar a 800.000 niñas en colegios de toda España a través de diversos programas educativos gracias a todos los packs comprados dentro de la campaña '1 pack = 1 contribución'.

Evax ha logrado inspirar a

800.000

niñas en colegios de toda España

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

PANTENE: EL PELO NO TIENE GÉNERO NI EDAD

Pantene ha lanzado por tercer año consecutivo ‘El pelo no tiene género’, una campaña que tiene como objetivo promover la igualdad e inclusión de la comunidad LGTBIQ+ en el entorno laboral, buscando que todas las personas puedan lucir su cabello con orgullo y tener la libertad de ser auténticas, sin temor a sentirse juzgadas por la sociedad.

En Portugal, la marca se ha asociado con la ONG Cabelos Brancos para luchar contra el edadismo por medio de una campaña 360º. Por un lado, desde las tiendas, donde cada consumidor podía contribuir a la causa al adquirir cualquier producto de la gama HairBiology; por otro, a través de la creación del *microsite* ‘Historias de la Menopausia: Cabellos Blancos’ donde diversas mujeres hablan sobre cómo han tenido que enfrentarse a la discriminación sufrida por motivo de su edad, acompañado de directos en Instagram con la participación de expertos en la materia; también en Instagram, diversos *influencers* compartieron imágenes con sus madres bajo el hashtag *#MenoStart* y *#notMenoPause*.

P&G Y WOMENALIA POR EL EMPRENDIMIENTO

Junto con Womenalia, fomentamos el talento de las mujeres emprendedoras a través de las becas #SigueAdelante que, valoradas en 3.000 euros cada una, permiten a sus ganadoras impulsar sus ideas de negocio.

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Hacer que la vida cotidiana de las personas sea mejor ha sido, es y seguirá siendo nuestra prioridad, algo que nunca ha cambiado, aunque sí lo han hecho los estándares que nos marcamos. Por ello, a este reto se suma el de buscar lo mejor para el planeta, ya que trabajamos bajo la firme convicción de que la innovación puede ser sostenible.

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

AMBICIÓN 2030

Nuestra Ambición 2030 respalda la capacidad de nuestras marcas para ofrecer una superioridad irrenunciable y sostenible para las personas del ahora y las de las próximas generaciones. Esta se construye sobre cuatro pilares basados en la ciencia: el clima, los residuos, el agua y la naturaleza, en los que buscamos marcar una diferencia positiva a favor del planeta y nuestro negocio.

CLIMA **RESIDUOS** **AGUA** **NATURALEZA**

ACELERANDO NUESTRA AMBICIÓN POR EL RECICLAJE A TRAVÉS DE HOLY GRAIL 2.0

Con el fin de mejorar el proceso de clasificación de residuos de plástico durante su reciclaje, en 2016, junto a la Fundación Ellen MacArthur, establecimos el proyecto Holy Grail, dentro de su iniciativa 'New Plastics Economy'. En 2020, se estableció HolyGrail 2.0, una iniciativa transversal de la cadena de valor con más de 175 miembros, facilitada por la Asociacion de Marcas Europeas (AIM) e impulsada por la Alianza para el Fin de los Residuos Plásticos (AEPW).

Dando un paso más en esta alianza, en septiembre de 2021 anunciamos que nuestras marcas apoyarían las pruebas de HolyGrail 2.0 en los mercados nacionales (Dinamarca, Alemania, Francia). Varios de nuestros envases han participado en las pruebas semi-industriales que han tenido lugar en Copenhague y que giraron en torno a una tecnología pionera habilitada por Digital Watermarks que permitirá una mejor clasificación de los envases, así como unas mayores tasas de reciclaje en la Unión Europea, impulsando una economía verdaderamente circular.

Los resultados obtenidos muestran que esta nueva tecnología de marcas de agua digitales puede lograr una clasificación más granular de los residuos de envase, así como la creación de nuevos flujos de PCR. Esperamos seguir apoyando la siguiente fase de este programa a través de nuestros cerca de 100 productos con marcas de agua digitales, para conocer el verdadero potencial de ampliación de esta tecnología.

Así se ve

Así actúa

Esperamos seguir apoyando la siguiente fase del programa a través de nuestros cerca de 100 productos con marcas de agua digitales

CARTA DE LA DIRECTORA
TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD
IGUALDAD E INCLUSIÓN
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL
CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA
RECONOCIMIENTOS

INSTALACIONES RESPONSABLES

PRIMERA ESTRELLA LEAN & GREEN

Trabajamos para ser cada día más sostenibles. Este empeño nos ha valido la obtención de nuestra primera estrella Lean & Green concedida por AECOC (Asociación de Fabricantes y Distribuidores) que acredita que hemos alcanzado la reducción del 20% en nuestras emisiones de gases de efecto invernadero en nuestros procesos logísticos.

OPTIMIZANDO EL USO DE LA ENERGÍA EN NUESTRAS OFICINAS

En el último año, hemos reducido el uso de energía eléctrica en las oficinas de Madrid en un 36% y en la de Lisboa en un 23%. Esta impactante reducción se basa en iniciativas de optimización y eficiencia energética como, por ejemplo, el sistema de iluminación LED y el de detección de presencia. Además, los espacios disponibles cada día se planifican en función de la afluencia esperada de empleados, que practican un modelo flexible de teletrabajo. Ello permite ahorros en consumo energético, para los cuales ha sido fundamental la colaboración de los empleados.

En el último año hemos reducido el uso de energía un

36% en las oficinas de Madrid

y un 23% en las de Lisboa

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

PLANTAS DE PRODUCCIÓN PIONERAS

El agua es uno de los recursos esenciales en nuestras plantas de producción y, por esta razón, la gestión sostenible de este recurso es vital, especialmente en zonas de alto estrés hídrico, como es el caso de la Cuenca del Júcar, donde se encuentra la planta de Jijona. Nuestro objetivo es reducir el uso de agua por unidad de producción en un 35% en 2030. La planta de Jijona se encuentra ya por encima de ese objetivo, situándose en el 39% desde 2010. Para conseguirlo ha llevado a cabo acciones tales como la mejora de la red de tuberías, el control diario del consumo de agua, la reutilización del agua rechazada del proceso de ósmosis y la incorporación de grifos sensoriales que evitan que se queden abiertos.

Asimismo, la planta de Jijona ha sido certificada internamente como NET ZERO GEI. Hace diez años, este centro ya fue uno de los primeros en lograr el objetivo de cero residuos industriales enviados al vertedero. Desde 2015, la planta se alimenta únicamente de electricidad de origen renovable, lo que ha permitido reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en un 99%. Para el 1% restante, el equipo ha modificado su proceso productivo para eliminar completamente el uso de gas natural, alcanzando así este año el NET ZERO GEI en su proceso productivo.

Tanto la planta de Jijona como la de Mequinenza disponen de la certificación que demuestra que utilizan electricidad 100% renovable con Garantía de Origen.

Nuestro objetivo es reducir el uso de agua por unidad de producción en un 35% en 2030 en el mundo

PROYECTOS DE HOY PARA CUIDAR EL MAÑANA

APADRINAUNOLIVO.ORG

Otro año más seguimos colaborando con Apadrinaunolivo, una iniciativa que recupera olivos centenarios en Oliete, Teruel (Aragón), como alternativa a plantar nuevos ejemplares, una estrategia eficaz para frenar la crisis climática. A través de Apadrinaunolivo ayudamos a mitigar nuestras emisiones de carbono en España y Portugal. Cabe destacar que desde 2020, este proyecto ha alcanzado ya los 6.952 olivos recuperados. Además de recobrar la capacidad natural de estos olivos centenarios para actuar como sumideros de carbono, también se ayuda a mantener el ecosistema y la biodiversidad local.

REFOREST'ACTION

Nos unimos al proyecto Reforest'Action para apoyar la plantación de 8.403 árboles autóctonos en las provincias de Valladolid, Burgos, Palencia, Soria, Salamanca, Zamora y Guadalajara que se espera que tengan capacidad para almacenar unas 1.260 toneladas de CO_2. El objetivo es recuperar los ecosistemas forestales afectados por los incendios, revitalizando así la biodiversidad local, fomentar el desarrollo del mundo rural y frenar la desertificación.

CONVERSACIONES SOBRE EL MEDIOAMBIENTE

Mantenemos la conversación sobre el medioambiente, tanto interna como externamente, aprovechando los momentos y eventos marcados en el calendario como oportunidades para sensibilizar e informar. De esta forma, hemos apoyado la celebración de la Hora del Planeta o la Semana de la Tierra. Además, aprovechamos los canales de comunicación interna para ofrecer contenidos atractivos sobre una serie de temas clave relacionados con el clima, el agua y los residuos como, por ejemplo, la Semana del Reciclaje en septiembre de 2021.

Nos unimos al proyecto Reforest'Action para apoyar la plantación de

8.403 árboles autóctonos

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Somos conscientes de que una relación de confianza se construye con los años. Para ello contamos con los mejores aliados: nuestro propósito, así como nuestros valores y principios, que son la base de nuestra cultura.

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

ASÍ SOMOS

P&G EN EL MUNDO

Nuestros productos llegan a cerca de **5.000 millones de consumidores** en todo el mundo

Contamos con **106.000 empleados**

Invertimos alrededor de **1.900 millones de dólares en I+D**

En el último año, facturamos a nivel global más de **80,1 millones de dólares**

Contribuimos a **16** de los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible**

Nuestros productos, distribuidos en **10 categorías, lideran los mercados** en los que compiten

P&G EN ESPAÑA Y PORTUGAL

Llevamos más de **50 años** operando en **España** y más de **30 en Portugal**

Contamos con **5 centros de trabajo, 2** de ellos **plantas de producción**

Comercializamos más de **35 marcas**

Nuestra plantilla conjunta está formada por más de **1.400 personas**

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

UNA COMPAÑÍA CON PROPÓSITO, VALORES Y PRINCIPIOS

Nuestro propósito nos une en una causa común y una estrategia de crecimiento de mejorar las vidas de más consumidores de manera significativa día a día. Este propósito inspira a las personas de P&G a contribuir de forma positiva con su trabajo diario. Nuestros valores (integridad, liderazgo, responsabilidad, pasión por ganar y confianza) reflejan los comportamientos que dan forma a la manera de trabajar entre nosotros y con nuestros socios. Y nuestros principios expresan el enfoque único de P&G con el que trabajamos cada día.

BUEN GOBIERNO Y RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS

Nuestro propósito, valores y principios guían en todo momento la forma en la que nos comportamos en el mercado y en nuestra actividad comercial porque, no solo nos preocupan los resultados, también cómo se alcanzan. Asimismo, el respeto de los derechos humanos es básico en el modo en el que gestionamos nuestros negocios.

A través de nuestra Declaración de Política de Derechos Humanos mostramos nuestro apoyo a los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos, que refuerzan, y de hecho se basan, en los principios reconocidos internacionalmente en la Carta Internacional de Derechos Humanos.

CARTA DE LA DIRECTORA

TRABAJAMOS POR LA COMUNIDAD

IGUALDAD E INCLUSIÓN

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

CON ÉTICA Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

RECONOCIMIENTOS

HACEMOS LO CORRECTO

Estamos firmemente comprometidos con hacer lo correcto cada día. De esta forma, aseguramos que todos, desde quienes compran nuestros productos hasta nuestros clientes, accionistas y socios comerciales, entre otros, puedan confiar en nosotros, con la certeza de que hemos logrado nuestros resultados de forma responsable.

CON NUESTROS EMPLEADOS

Apostamos por crear y promover una plantilla altamente cualificada, ágil y comprometida con lo que hacemos. Con este fin, reclutamos, contratamos y retenemos a los mejores profesionales, asegurándonos de que nuestros empleados reflejen la diversidad de las personas que adquieren nuestros productos. Estamos orgullosos de que nuestros equipos sean, además, innovadores y capaces de resolver desafíos complejos.

Por otro lado, brindamos un ambiente de trabajo seguro, saludable y productivo, libre de violencia, acoso, intimidación u otros comportamientos o condiciones inseguros o perturbadores. Cada año, nuestros profesionales se capacitan en temas relativos a nuestro Manual de Conducta Comercial Mundial (WBCM) con ejemplos prácticos para que puedan continuar operando según nuestros valores y principios.

CON NUESTROS CONSUMIDORES

Nuestro negocio se basa en la idea de que podemos impactar positivamente en la vida de las personas a través de marcas que hacen que cada día sea un poco mejor. Así, como uno de los anunciantes más grandes del mundo y en las primeras posiciones en España y Portugal, nos aseguramos de usar nuestra voz para dar a conocer nuestras marcas e innovaciones de producto en los medios y allí donde sea relevante, arrojar luz sobre los prejuicios y promover la igualdad. Nos aseguramos de mantener los más altos estándares de seguridad y transparencia del producto, mientras seguimos las medidas de privacidad apropiadas para procesar de manera transparente su información personal.

CON LA CADENA DE SUMINISTRO

Una parte fundamental de nuestro negocio es la colaboración con los proveedores, sin los cuales no podríamos suministrar nuestros productos. Trabajamos junto a ellos en diversas fórmulas para que estén alineados con nuestra forma de actuar. Los principios que compartimos pasan por la evolución de nuestras estrategias en pro de la igualdad y la inclusión, el abastecimiento responsable y una innovación sostenible para gestionar el riesgo y aportar valor a nuestras marcas, negocios y personas a las que servimos.

CON NUESTRAS MARCAS

FAIRY MAXI PODER

La marca ha lanzado un nuevo e innovador formato de botella boca abajo con fórmula mejorada, permitiendo así aprovechar hasta la última gota, ahorrar tiempo y dinero. Además, está elaborada con plástico 100% reciclado y es totalmente reciclable.

GILLETTE SKIN

Cada tipo de piel tiene unas características diferentes y Gillette SKIN está especialmente diseñada para que los hombres con piel sensible preparen, protejan y cuiden su cutis durante y después del afeitado minimizando así la irritación.

H&S

Su nueva fórmula está pensada para cuidar y proteger el cabello de las altas temperaturas: h&s Citrus Fresh combate la grasa del cuero cabelludo y h&s Menthol Fresh alivia los picores.

OLAY, CREMA Y SÉRUM VITAMIN C + AHA24

Estos dos productos cuentan con una formulación innovadora que ofrece una piel más luminosa e hidratada en solo un día y un tono más uniforme y una textura de la piel alisada en 14.

ZZZQUIL NATURA

Este producto está destinado a ayudar a conciliar el sueño a aquellos que no pueden dormir por la noche. Se trata de *gummies*, con aroma de frutas del bosque, sin colorantes, saborizantes o edulcorantes artificiales.

DODOT PANTS ANTIFUGAS

Gracias a una tecnología revolucionaria con un ajuste 360° que se adapta al cuerpo, los pañales ofrecen 12 horas de protección.

DODOT CUIDADO TOTAL

Las toallitas Cuidado Total están fabricadas con un 99% de agua pura y un 0% de plástico. La fórmula exclusiva del producto restablece los niveles de pH de la piel de los bebés y está compuesta con fibras 100% naturales, todas ellas procedentes de plantas cultivadas y cosechadas de forma sostenible. Además, están dermatológicamente probadas y no contienen alcohol, perfume ni colorantes. A esta gama se ha sumado Dodot Cuidado Total Coco, elaboradas con aceite de coco orgánico, 0% de plástico y fibras 100% vegetales también procedentes de fuentes sostenibles.

RECONOCIMIENTOS

Forbes 2022 World's Most Innovative Companies

Fortune 2022 Most Admired Companies List

InnovaCción Premios 2021
'Premio a la Sostenibilidad' y finalista en la categoría de 'Envases' otorgado por PROMARCA, a las botellas de aluminio recargables

RESUMEN DE CIUDADANÍA CORPORATIVA
La información de este resumen cubre el periodo de tiempo comprendido entre julio de 2021 y junio de 2022.

EINF P&G ESPAÑA Y PORTUGAL (2020-2021) ↗

EINF ARBORA & AUSONIA (2021-2022) ↗

© 2022 Procter & Gamble
Avenida de Bruselas, 24
Alcobendas 28108
http://es.pg.com
@PG_Espana
Procter & Gamble España